la liberté de presse au québec

5

enquête sur la diffusion de l'information au québec

2ième partie: sondage auprès du public

rapport préparé par:
Sorecom Inc.
(société de recherche en sciences du comportement)
mars 1973

Assemblée nationale

La Commission parlementaire spéciale sur les problèmes de la liberté de presse

AVANT-PROPOS

Le présent rapport vient compléter la deuxième partie du mandat que nous a confié la Commission parlementaire sur la liberté de presse au Québec.

La mise en ordre de l'ensemble des données recueillies a présenté pour nous un certain défi mais nous a surtout rendus conscients de la complexité du phénomène de l'information écrite et parlée. Malgré le caractère volumineux du rapport, nous restons convaincus qu'à plusieurs égards nos informations restent fragmentaires. C'est donc dire que notre travail constitue une pièce assez modeste dans le dossier de l'information au Québec et qu'on ne saurait arrêter là nos interrogations sur le sujet.

Plusieurs regretteront sans doute que Sorécom se soit limitée à la description des faits et ne se soit pas engagée sur le terrain des recommandations. Il s'agit d'un parti pris de notre part puisque nous limitons notre rôle à celui de la recherche, laissant aux hommes d'action le soin d'orienter leur travail et sans doute aux journalistes celui de tirer l'oreille de tous en toute liberté de Presse.

TABLE DES MATIERES

AVANT-PROPOS..... i

INTRODUCTION..... 1

CHAPITRE 1: Méthodologie..... 4

1. Population étudiée..... 5
2. Modèle d'échantillonnage..... 5
3. Elaboration du questionnaire..... 7
4. Cueillette de l'information..... 7
5. Résultats administratifs des interviews..... 7
6. Erreurs d'échantillonnage..... 9

CHAPITRE 2: Quelques données sur la géographie et la démographie des régions étudiées..... 11

CHAPITRE 3: Difficultés d'accès à l'information..... 17

1. Difficultés exprimées..... 18
2. Les média et leur accessibilité..... 22
3. Le retard dans la livraison des journaux..... 23

CHAPITRE 4: La consommation des média d'information..... 25

1. Popularité des médiums..... 27
2. Les quotidiens..... 28
3. Les hebdomadaires..... 31
4. Les journaux locaux..... 34
5. Les revues mensuelles..... 38
6. La radio..... 42
7. La télévision..... 47

CHAPITRE 5: Evaluation des sources d'information..... 52

1. Evaluation de l'information et médium préféré..... 53
2. Satisfaction à l'endroit des médiums..... 56

CHAPITRE 6: L'intérêt des Québécois pour les contenus des mass média..... 58

1. Dans l'ensemble du Québec..... 59
2. Les sujets qui intéressent les diverses régions..... 64

CHAPITRE 7: Les fonctions des médiums d'information..... 77

1. Perception du rôle des moyens d'information dans la société... 78
2. Raisons pour lesquelles on suit l'actualité..... 79
3. Raisons pour lesquelles on consomme les médiums..... 81
4. Importance relative des médiums selon les fonctions..... 86

CHAPITRE 8: La participation du public à l'information..... 89

1. Discussion de certaines questions d'actualité..... 90
2. Participation à un colloque ou à des discussions publiques.... 92
3. Lettres aux journaux et appels téléphoniques..... 92

CHAPITRE 9: Liberté de presse et phénomène de concentration..... 94

1. La liberté d'expression des moyens d'information..... 95
2. Le phénomène de concentration des média.....102

CHAPITRE 10: La presse et l'information régionale.....107

1. Evaluation des journaux locaux.....109
2. Perception de l'importance accordée à l'information régionale dans les quotidiens, les hebdos, à la radio et à la télévision.....110
3. Degré de satisfaction de la façon dont les médiums parlent de la région.....111

CHAPITRE 11: Résumé et conclusions.....

ANNEXES

1. Connaissance de l'actualité et modernisme.....
2. Grille de sélection.....
3. Questionnaire.....

LISTE DES TABLEAUX

1. Population et échantillon..... 6

2. Entrevues..... 8

2a. Erreurs d'échantillonnage..... 9

3. Distributions pourcentuelles des répondants selon les caractéristiques socio-démographiques..... 14

4. Difficulté de se procurer des quotidiens et des hebdos dans sa région. 18

5. Retard perçu par les lecteurs dans la réception des quotidiens et des hebdos..... 19

6. Possibilité de capter les stations AM et FM et disponibilité de capter la télévision..... 21

7. Quotidiens québécois qu'aimeraient lire les personnes qui ont ressenti des difficultés à s'en procurer..... 22

8. Pourcentage des répondants de chaque région consommatrice des divers médiums..... 26

9. Pourcentages des lecteurs de quotidiens qui affirment avoir lu chacun des journaux au moins une fois durant la semaine précédant l'interview 29

10. Distribution des répondants de chaque région selon le nombre d'heures consacrées à la lecture des quotidiens chaque semaine..... 30

11. Popularité des hebdomadaires, selon les régions, en pourcentages..... 32

12. Distribution de la population lectrice de chaque région selon le nombre d'heures consacrées à la lecture des hebdomadaires chaque semaine 33

13. Nombre de journaux locaux lus ou feuilletés par les consommateurs dans chaque région économique du Québec..... 35

14. Distribution de la population de chaque région qui lit des journaux locaux selon le nombre d'heures consacrées à la lecture de ces journaux. 36

15. Nombre moyen d'heures consacrées à la lecture des médiums dans chaque région chaque semaine..... 36

16. Nombre moyen de journaux locaux lus par adulte et par lecteur..... 38

17. Nombre moyen de revues lues et d'abonnements à des revues publiées au Québec dans chaque région..... 38

18. Pourcentages des répondants adultes (18 ans et plus) qui disent lire des revues québécoises..... 39

19. Nombre moyen de revues étrangères lues et d'abonnements à des revues étrangères dans chaque région..... 40

20. Pourcentages des répondants adultes de chaque région qui disent lire ou feuilleter régulièrement ou de temps à autre quelques revues étrangères..... 41

21. Distributions pourcentuelles des personnes adultes selon le nombre d'appareils radio en état de fonctionner au foyer et dans la voiture.....43

22. Auditeurs de la radio AM et FM, en pourcentages des répondants..... 43

23. Distributions pourcentuelles des répondants adultes selon le nombre d'heures passées à l'écoute quotidienne de la radio AM et FM..... 45

24. Télévision et câble..... 48

25. Distributions pourcentuelles des répondants adultes de chaque région selon le nombre d'heures consacrées à l'écoute de la télévision par jour..... 49

26. Pourcentages des répondants adultes de chaque région qui affirment écouter chacune des stations énumérées..... 50

27. Pourcentages des consommateurs adultes de chaque région qui affirment que l'information au jour le jour est souvent ou parfois inexacte, incomplète, censurée, honnête..... 54

28. Pourcentages des consommateurs adultes de chaque région qui ont donné leur premier choix à chacun des médiums..... 54

29. Indice de satisfaction à l'endroit des médiums..... 56

30. Ordre de satisfaction manifestée à l'endroit des médiums dans chaque région..... 57

31. Degré d'intérêt, ordre de l'intérêt à l'endroit des sujets traités, préférence et choix du médium..... 60

32. Pourcentages des adultes qui manifestent beaucoup ou assez d'intérêt à une liste de sujets traités par les médiums d'information..... 65

33. Nombre de sujets pour lesquels l'intérêt des répondants de chaque région est plus élevé, égal ou moins élevé que celui de l'ensemble du Québec..... 66

34. Pourcentage des répondants qui accordent leur premier choix à chacun des sujets..... 68

35 Pourcengage des répondants de chaque région qui préfèrent suivre chacun des sujets à la télévision, à la radio et dans les quotidiens.... 71-72

36. Distribution pourcentuelle des répondants de chaque région selon l'importance qu'ils accordent à quatre fonctions possibles des moyens d'information..... 79

37. Indice d'importance des raisons pour lesquelles on suit l'information.. 80

38. Indice d'importance des raisons pour lesquelles on lit les journaux quotidiens..... 84

39. Indice d'importance des raisons pour lesquelles on lit les hebdomadaires 85

40. Indice d'importance des raisons pour lesquelles on écoute la radio..... 85

41. Indice d'importance des raisons pour lesquelles on regarde la télévision 86

42. Indice d'importance accordée à certaines fonctions (raisons pour lesquelles on consomme) de quatre médiums chez l'ensemble des Québécois et rang 87

43. Distributions pourcentuelles des répondants de chaque région selon la fréquence des discussions sur des questions d'actualité..... 91

44. Pourcentages des répondants de chaque région participant à diverses activités..... 93

45. Pourcentages de ceux qui prétendent que les moyens d'information ont trop ou pas assez de liberté d'expression..... 96

46. Pourcentages des répondants de chaque région qui pensent que les moyens d'information n'auraient pas toute leur liberté..... 98

47. Pourcentage des personnes qui ont affirmé que les moyens d'information n'ont pas toute liberté d'expression sur certains sujets - Expression spontanée - Ensemble du Québec 99

48. Pourcentages des répondants de chaque région qui sont d'avis que les moyens d'information au Québec ont toute liberté de dire ce qu'ils veulent sur des secteurs ou groupes particuliers..... 101

49. Pourcentages des répondants de chaque région qui disent avoir entendu parler du phénomène de la concentration des médiums..... 103

50. Distributions pourcentuelles des répondants ayant émis une opinion par rapport à l'effet de la concentration sur la qualité des informations.. 104

51. Distributions pourcentuelles des lecteurs de journaux locaux de chaque région selon son opinion sur le degré d'utilité de l'information des journaux locaux..... 109

52. Distributions pourcentuelles des lecteurs de journaux locaux de chaque région selon son niveau de satisfaction à l'endroit des journaux locaux lus..... 110

52a. Pourcentages des consommateurs de chaque région qui affirment que les médiums accordent peu ou pas d'importance aux nouvelles d'intérêt régional..... 111

53. Pourcentages des consommateurs de chaque région qui se disent peu ou pas satisfaits de la façon dont les médiums parlent de leur région..... 112

54. Pourcentages des consommateurs de chaque région qui disent que les médiums devraient parler plus de leur région qu'ils ne le font actuellement..... 113

Figure 1. Importance de la TV pour suivre les sujets d'actualité..... 73

Histogramme 1. Importance des facteurs d'information pour l'écoute de la télévision dans deux régions..... 82

INTRODUCTION

Selon les termes de l'entente intervenue entre la Commission parlementaire spéciale sur la liberté de presse et Sorécom, les objectifs de la présente étude visaient à:

1. définir le comportement des Québécois en matière de consommation des médiums;
2. préciser leur connaissance des ressources du milieu;
3. découvrir leur évaluation des diverses sources d'information;
4. dégager les limites qu'ils voient à l'accessibilité;
5. montrer comment les Québécois participent à l'information.

Effectivement les échanges qui eurent lieu à la suite de l'énoncé de ce mandat devaient nous conduire à élargir quelque peu la portée de l'étude. C'est ainsi que nous avons convenu d'examiner:

a) les fonctions attribuées aux divers médiums;

b) l'intérêt des Québécois pour les contenus;

c) les opinions sur la liberté d'expression dont jouieraient les médiums d'information;

d) les opinions sur la répartition de la propriété des médiums et sur le contrôle dont ils font l'objet.

N'eût été l'obligation de restreindre la durée des interviews, nous aurions eu intérêt non seulement à approfondir notre étude sur chacun des objets de recherche, mais encore d'examiner d'autres dimensions de l'information et de ses particularités régionales.

Dans le rapport que nous avons présenté à la Commission[1] en avril 1972, nous faisions ressortir la nécessité de tenir compte des contraintes régionales dans la diffusion de l'information. Aussi nous sommes-nous posé comme première exigence de diviser le Québec en sept régions et de construire un échantillon qui permette de présenter des données valables sur chacune d'elles. Le découpage du Québec se présente de la façon suivante:

Région 1: Bas-St-Laurent,Gaspésie

Région 2: Saguenay-Lac-St-Jean, Côte-Nord

Région 3: Québec

Région 4: Trois-Rivières

Région 5: Cantons de l'Est

Région 6: Abitibi-Outaouais

Région 7: Montréal

Un fractionnement plus détaillé eût été préférable, mais il aurait entraîné un accroissement important des coûts. Nous en sommes donc arrivés à un compromis que nous pensons acceptable.

Le rapport comprend les chapitres suivants:

1. Exposé de la méthodologie utilisée, y compris le mode d'échantillonnage, la construction du questionnaire, la cueillette des données.
2. Rappel des caractéristiques géographiques et démographiques des régions.
3. Perception des difficultés d'accès à l'information.

---

1. Enquête sur la diffusion de l'information au Québec: Inventaire des média, Sorécom Inc., Avril 1972.

4. Données sur le comportement des Québécois dans la consommation des divers média: journaux quotidiens et hebdomadaires, journaux locaux ou régionaux, revues québécoises et étrangères, stations de radio AM et FM et stations de télévision.

5. Evaluation des sources d'information auxquelles on puise.

6. Mesure de l'intérêt des Québécois pour les contenus.

7. Fonctions attribuées aux divers médiums.

8. Participation du public aux médiums.

9. Quelques opinions sur la liberté d'expression et la concentration de propriété.

10. L'information régionale ou locale.

11. Synthèse et conclusions.

Nous présentons en annexe les indices de connaissance et de modernisme pour chaque région et de l'ensemble du Québec, de même que le questionnaire (versions française et anglaise). Partout où c'est nécessaire nous renvoyons le lecteur à la source de nos informations que sont les tableaux mécanographiés. Ceux-ci ont été imprimés en deux copies dont une copie est versée au dossier, la seconde ayant été utilisée comme copie de travail.

CHAPITRE 1

Méthodologie

Dans ce chapitre nous présentons brièvement les principaux éléments méthodologiques susceptibles de mieux faire apprécier les forces et les faiblesses du travail effectué. Il s'agit de la population étudiée, de la technique d'échantillonnage, de l'instrument de cueillette de l'information, du taux de réponse.

1. Population étudiée

L'étude porte sur la population adulte (18 ans et plus) du Québec, à l'exclusion de quelques coins isolés et non organisés. Sur la population recensée en 1966, soit 5,780,845 personnes, 2% ont été exclues. On peut donc dire que l'étude porte sur la très grande majorité (98%) des Québécois. Seules les populations du Grand Nord québécois ne sont pas représentées dans l'échantillon. Le problème d'information auquel ces populations doivent faire face mériterait un examen particulier. Qu'il n'ait pas été traité ici ne signifie aucunement qu'il soit négligeable.

2. Modèle d'échantillonnage

Le modèle utilisé dans la présente étude a été construit par le Centre de Sondages de l'Université de Montréal. Tel que souligné en introduction, il permet de fournir des informations pour chacune des régions et pour l'ensemble du Québec. Il s'agit d'un modèle stratifié, par aire et grappe.

Pour assurer un nombre satisfaisant de cas d'analyse dans chaque région, le modèle sur-représente certaines strates de l'échantillon standard et en sous-représente d'autres. Formellement, l'échantillon est constitué comme suit (où S représente l'échantillon standard de la province).

			Sélections
Zone métropolitaine de Montréal	1/4	S	660
Zone métropolitaine de Québec	1	S	196
Zones de Sherbrooke, Trois-Rivières, Chicoutimi-Jonquière et Hull	2	S	330
Reste de la province	2	S	1,946
Total			3,132

Le nombre de répondants sélectionnés dans chaque région considérée apparaît dans le tableau 1. On y trouve également la répartition de la population en 1966.

TABLEAU 1

Population et échantillon

Régions	Population	Sélections	
		Non pondérées	Pondérées
1. Bas-St-Laurent, Gaspésie	369,411	204	204
2. Saguenay-Lac-St-Jean, Côte-Nord	340,021	262	262
3. Québec	699,004	396	592
4. Trois-Rivières	301,247	276	276
5. Cantons de l'Est	484,675	400	400
6. Abitibi-Outaouais	323,219	248	248
7. Montréal	3,146,649	1,342	3,416
TOTAL	5,664,226	3,128	5,398

La sélection des répondants à l'intérieur de chaque foyer se fait par le truchement d'une grille ad hoc (annexe 2).

3. Elaboration du questionnaire

Le questionnaire qui a servi à la cueillette des données est reproduit à l'annexe 3. Il a été précédé de plusieurs versions qui ont été prétestées auprès d'une cinquantaine de personnes choisies dans diverses régions du Québec.

Une première version a été soumise à la Commission et modifiée conformément à ses recommandations et aux impératifs de l'étude. La version définitive a été approuvée, par le Directeur de la Recherche à la Commission, M. Pierre Beausoleil.

4. Cueillette de l'information

La tâche de recueillir l'information a été confiée à l'Institut de Cueillette de l'Information[1]. La formation de l'équipe d'interviewers, les instructions spécifiques ainsi que le contrôle du travail étaient également sous la surveillance immédiate de l'Institut. Un sous-échantillon des personnes sélectionnées fut recontacté par téléphone afin de vérifier la qualité du travail des interviewers.

5. Résultats administratifs des interviews

Le tableau 2 présente le nombre (pondéré et non pondéré) d'entrevues obtenues dans chaque région.

---

1. I.N.C.I. est représenté dans toutes les régions du Québec.

TABLEAU 2

Entrevues

Régions	Nombre d'entrevues	Nombre pondéré d'entrevues N	%	Distributions Entrevues	Population
1. Bas-St-Laurent, Gaspésie	151	151	(80.3)	4.7	6.5
2. Saguenay-Lac-St-Jean, Côte-Nord	201	201	(83.4)	6.2	6.0
3. Québec	280	417	(76.5)	12.9	12.3
4. Trois-Rivières	202	202	(79.2)	6.3	5.3
5. Cantons de l'Est	293	293	(79.6)	9.1	8.6
6. Abitibi-Outaouais	192	192	(84.2)	6.0	5.7
7. Montréal	748	1,764	(53.3)	54.8	55.6
TOTAL	2,067	3,220	(60.0)[1]	100.0	100.0

Nous présentons les résultats pondérés pour faciliter une comparaison entre la distribution des interviews complétées et la distribution de la population. On observe que les deux distributions sont quasi identiques.

Le taux de réponse pour l'ensemble du Québec est de 60%; dans chacune des régions il s'établit comme suit: R.1: 80.3%; R.2: 83.4%; R.3: 76.5%; R.4: 79.2%; R.5: 79.2%; R.6: 84.2%; R.7: 53.3%.

Certaines sélections (253) ont été exclues de l'échantillon pour les raisons suivantes:

logements vacants	87 cas
logements inexistants	25 cas
logements démolis	39 cas

1. Les % sont établis sur le nombre des sélections comprises dans l'échantillon, i.e. des cas hors échantillon.

logements non résidentiels	48 cas
logements dortoirs	10 cas
chalets d'été	23 cas
routes impraticables	5 cas
langues étrangères	16 cas

6. Erreurs d'échantillonnage

Les erreurs d'échantillonnage des pourcentages constituent les intervalles de confiance, en plus et en moins, qu'il faut ajouter à ces mêmes pourcentages pour nous permettre d'extrapoler à la population totale.

La taille de ces erreurs d'échantillonnage ou intervalles de confiance varie selon la taille de l'échantillon, et suivant celle des pourcentages. Elle varie aussi suivant le degré de sécurité que l'on exige dans l'extrapolation des niveaux de probabilité et suivant le type d'échantillon employé.

Le tableau qui suit nous donne une estimation des erreurs d'échantillonnage de pourcentages obtenus à partir des échantillons par grappes pour un niveau de probabilité fixé à 95%.

TABLEAU 2a

Erreurs d'échantillonnage

Taille de l'échantillon	Pourcentages					
	5 ou 95	10 ou 90	20 ou 80	30 ou 70	40 ou 60	50
150	4.21	5.80	7.73	8.85	9.47	9.66
200	3.65	5.01	6.69	7.67	8.20	8.37
300	3.00	4.10	5.47	6.26	6.69	6.83
600	2.18	3.00	4.00	4.58	4.90	5.00
2,000	1.23	1.70	2.26	2.59	2.77	2.83

CHAPITRE 2

Quelques données sur la géographie et la démographie des régions étudiées

On comprendra donc qu'avec un pourcentage de 50 chez un échantillon de 150 personnes l'estimation de l'erreur soit de 9.66, et qu'avec un échantillon de 600 personnes ce soit 5.00. Il y a donc un avantage à augmenter l'échantillon pour réduire la grandeur de l'erreur.

7. Grille de sélection

La grille présentée en annexe 2 constitue un exemple des six (6) grilles utilisées pour la sélection des adultes à interviewer dans chaque foyer. L'ensemble des six grilles permet de donner une chance égale à tous les groupes d'âge et de sexe d'être choisis proportionnellement à leur importance dans la population adulte (18 ans et plus) du Québec.

8. Tableaux mécanographiques

Tout au long du rapport nous faisons référence aux tableaux mécanographiques. Ces tableaux (environ 500 au total) contiennent toutes les données de base dont nous nous sommes servis dans le présent rapport. Une copie de ces tableaux sera versée au dossier du rapport.

Avant d'entreprendre le relevé des informations recueillies, il importe de bien préciser les limites géographiques et les caractéristiques des régions dont nous parlerons tout au long de ce rapport.

Rappelons en premier lieu quelques faits précisés dans le Rapport-Inventaire d'avril 1972. Nous avions divisé le territoire québécois en neuf régions, soit: la Gaspésie, le Lac-St-Jean, Québec, Trois-Rivières, les Cantons de l'Est, Montréal, l'Outaouais, le Nord-Est et la Côte-Nord. Cette division a été effectuée en tenant compte de la façon dont les données avaient été recueillies et consignées. Notre intention était de respecter cette division pour la construction de notre modèle d'échantillonnage. Malheureusement, les données démographiques qui ont servi à l'élaboration du modèle du Centre de Sondages ne nous permettaient pas de respecter point par point les regroupements que nous avons dû faire dans notre premier rapport. Toutefois, il existe une bonne similitude dans le regroupement des régions entre les deux rapports, sauf le cas de la Côte-Nord que nous avons regroupée avec la région Saguenay-Lac-St-Jean et celui du Nord-Ouest et de l'Outaouais dont nous avons fait une seule région.

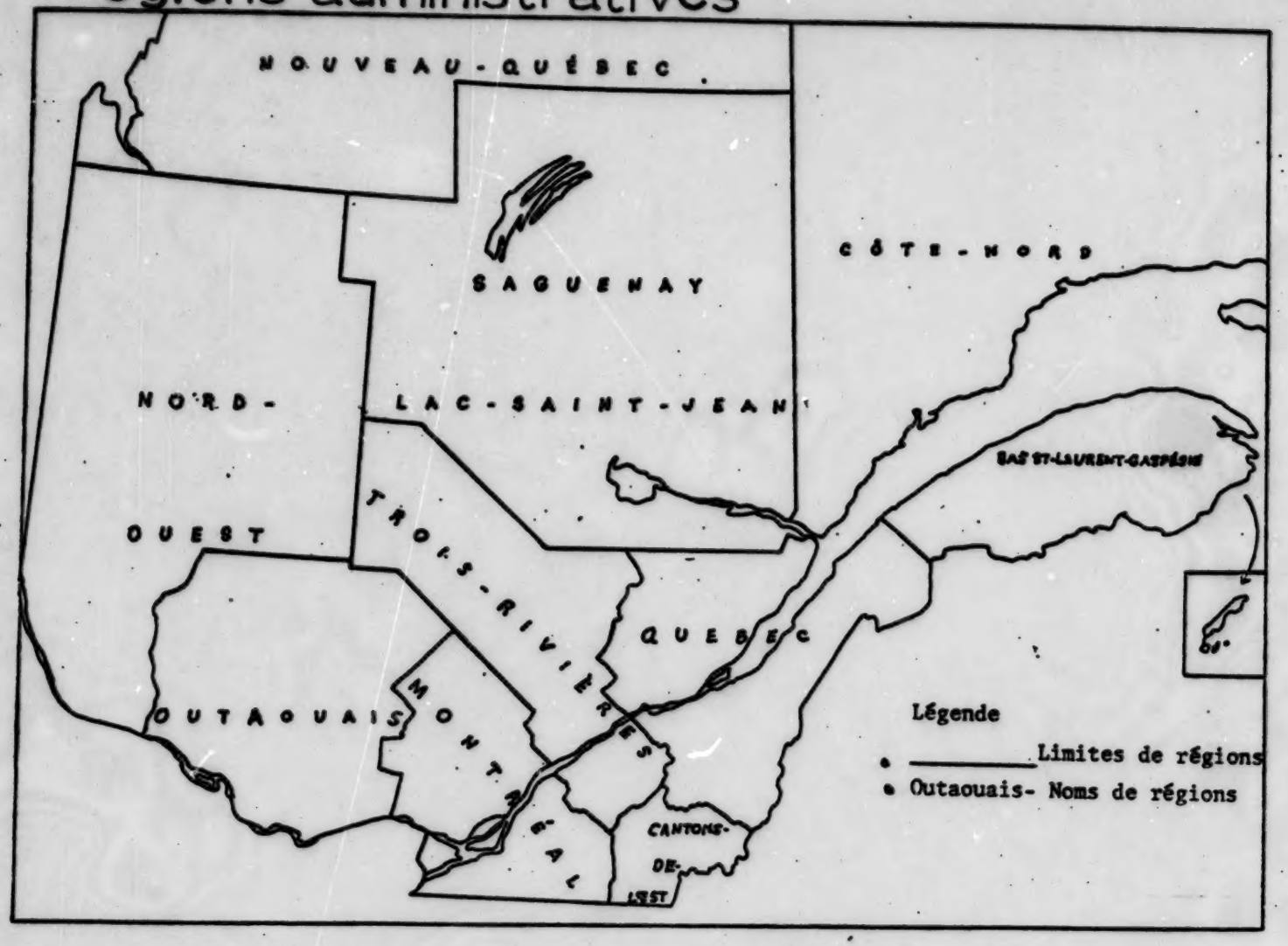
On trouvera ci-dessous, en parallèle, les deux systèmes de classification:

Classification de l'inventaire (avril 1972)	Classification de l'étude (décembre 1972) [1]
I- Gaspésie	Bas-St-Laurent, Gaspésie (1)
II- Lac St-Jean	Saguenay-Lac St-Jean et Côte-Nord (2)
III- Québec	Québec (3)
IV- Trois-Rivières	Trois-Rivières (4)
V- Cantons de l'Est	Cantons de l'Est (5)
VI- Montréal	Montréal (7F et 7A)
VII- Outaouais	Outaouais-Abitibi (6)
VIII- Nord-Ouest	
IX- Côte-Nord	

1. Pour fin de simplification, nous utiliserons une numérotation des régions tout au long du rapport; elle correspond aux chiffres entre parenthèses.

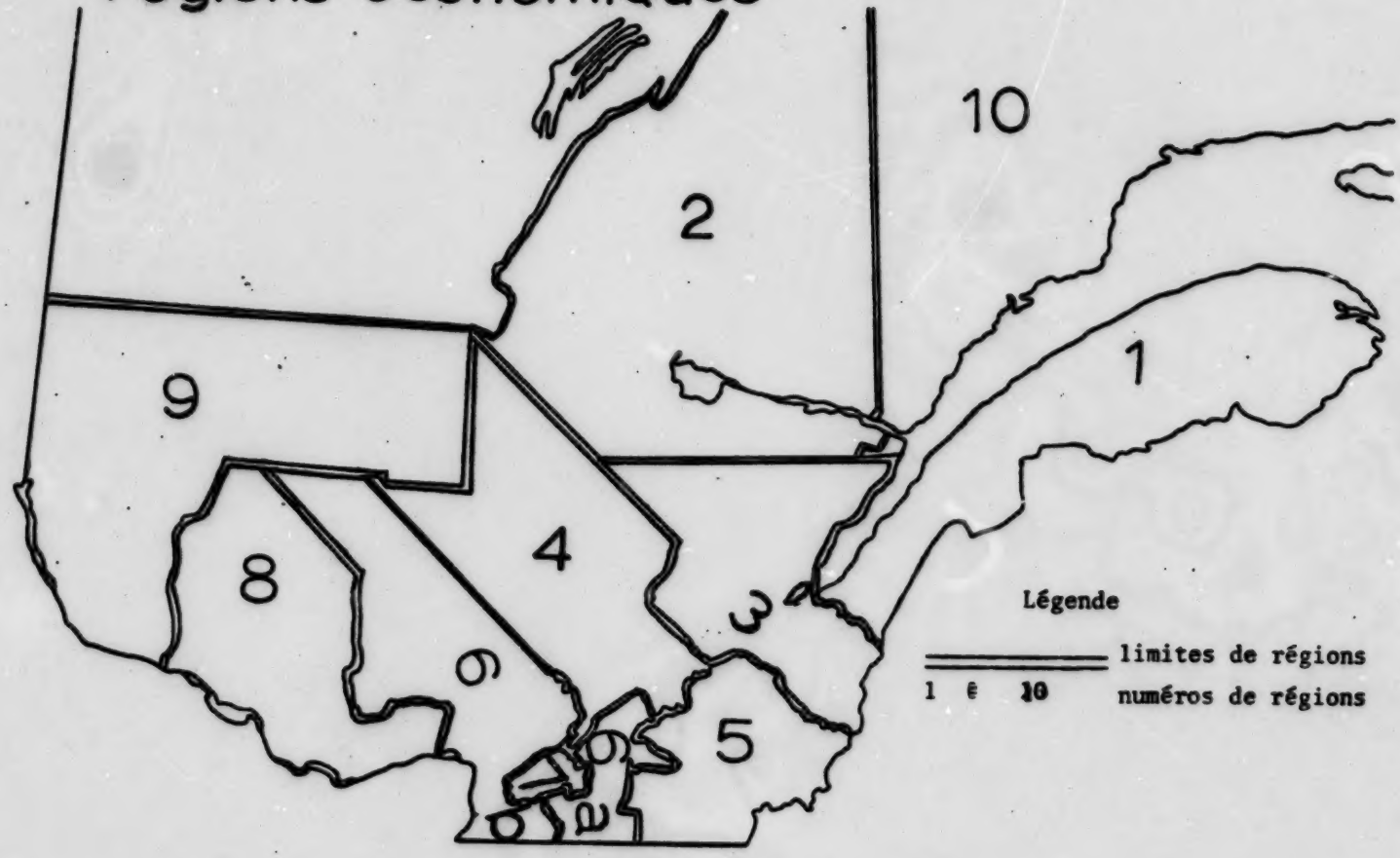
Pour éviter que la lecture des deux classifications ne prête à équivoque, il nous paraît utile de rappeler que dans le premier cas (avril 1972) il s'agit de régions administratives, alors qu'en décembre 72 nous avons opté pour les régions économiques. Une lecture attentive des deux profils illustre bien ce dont il est question ici. (cartes 1, 2, 3 pages 13a, b, c).

régions administratives



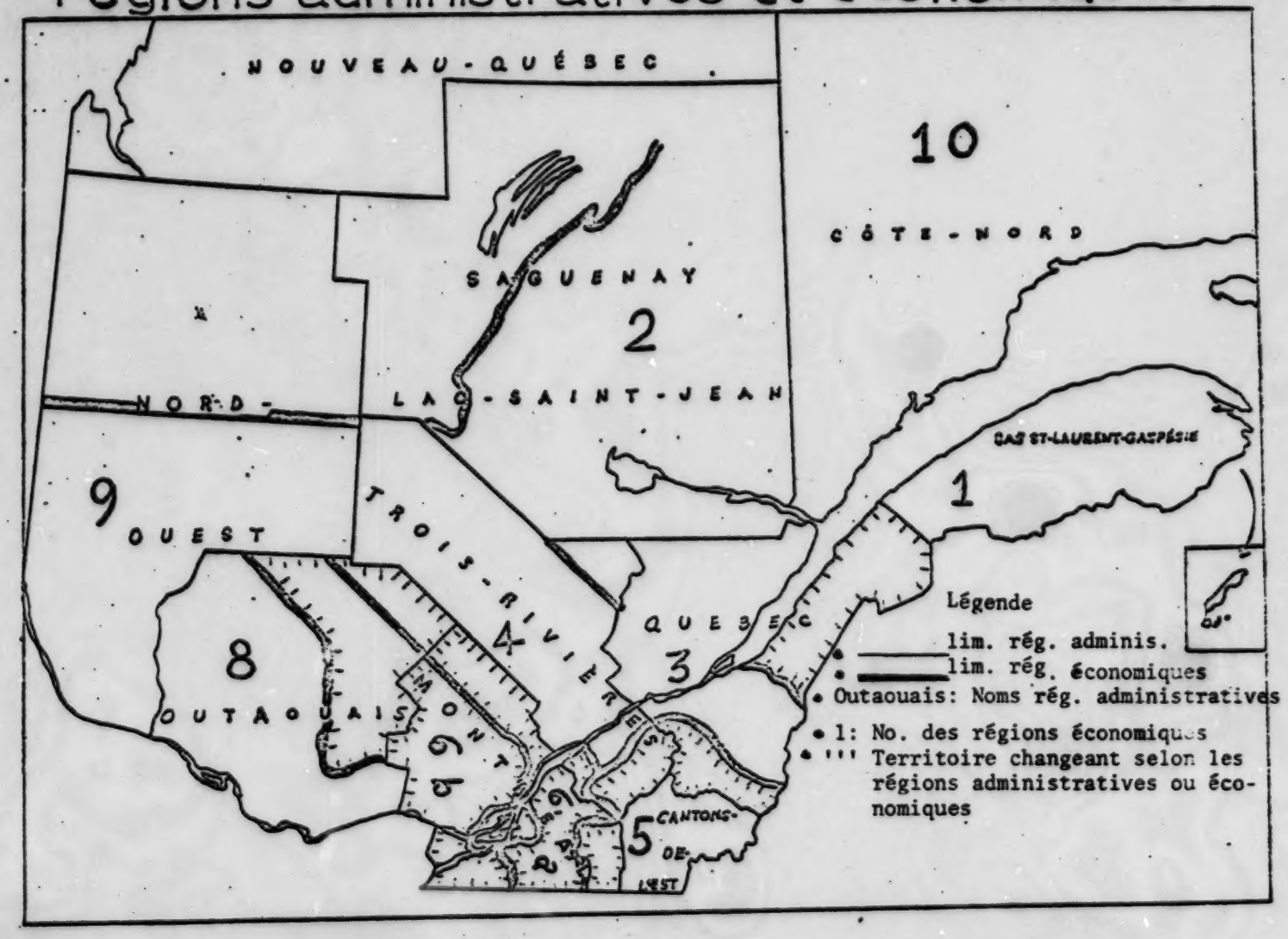
REGIONS ADMINISTRATIVES

régions économiques



1- Gaspésie-Rive-sud
2- Saguenay-Lac-St-Jean
3- Québec
4- Trois-Rivières
5- Cantons de l'Est
6a-Montréal-Rive-sud
6b-Montréal-Rive-nord
7- Montréal métropolitain
8- Outaouais
9- Abitibi-Témiscamingue
10- Côte-Nord-Nouveau-Québec

régions administratives et économiques



REGIONS ADMINISTRATIVES ET ECONOMIQUES

Dans les pages qui suivent nous présentons quelques statistiques socio-démographiques propres à donner une idée plus exacte du profil de la population adulte étudiée et des différences régionales.

TABLEAU 3

Distributions pourcentuelles des répondants selon les caractéristiques socio-démographiques

Caractéristiques	Régions *								
	1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
N-	151	201	280	202	293	192	613	135	2067
Sexe H	46	45	46	43	43	48	43	47	45
F	54	55	54	57	57	52	57	53	55
Age 18-34	36	44	39	29	42	34	42	39	40
35-54	31	39	40	40	33	47	36	34	37
55 et plus	34	17	21	30	24	20	22	26	23
Scolarité 0-7	46	32	31	35	36	38	31	9	31
8-12	43	54	49	53	52	50	49	62	51
13 et plus	10	13	19	11	12	13	20	29	19
Revenu Moins de $6,000.	63	30	40	46	45	35	42	24	36
$6,000 - 11,999.	25	51	42	41	40	46	41	38	41
$12,000 - et plus	3	16	12	6	7	14	21	43	17
Refus	8	3	6	7	8	5	6	5	6
Occupation du chef de foyer									
1) Professionnels-semi-prof. Gérance et administration	2	5	13	3	6	3	13	17	10
22) Petits adminis./commerce employés de bureau	25	23	33	21	26	25	26	36	27
3) Ouvriers spécialisés et semi-spécialisés	33	49	30	38	41	38	37	28	36
4) Journaliers et non spéc.	24	16	13	20	11	15	15	11	15
5) Cultivateurs	11	5	7	10	7	3	2	1	4
6) Ménagères, étudiants, rentiers, etc.	5	3	4	7	10	16	8	7	8
Indice de connaissance de l'actualité **	5.3	5.7	6.1	6.4	6.0	5.4	6.0	6.4	6.0

* L'équivalence des numéros 1, 2 etc a été donné à la page 11. 7F tient lieu de Montréal français et 7A de Montréal anglais. Consulter également le tableau 4, page 18.

** Maximum 10 (voir annexe 1).

Il est assez apparent (tableau 3) que les structures d'âge, de scolarité, de salaire et d'occupation témoignent de différences régionales marquées. C'est ainsi que la population du Bas-St-Laurent et de la Gaspésie apparaît plus vieille, moins scolarisée et moins riche que celle de Québec. Ce sont les deux principales régions, Québec et Montréal, qui ont la plus forte proportion de personnes ayant 13 années ou plus de scolarité, plus précisément 19% dans la région de Québec, 20% chez les francophones et 29% chez les anglophones de la région de Montréal. Ce sont également les anglophones de la région économique de Montréal qui ont la plus forte proportion (43%) de gros salariés ($12,000. ou plus). Dans la région du Bas-St-Laurent et de la Gaspésie cette proportion n'est que de 3%.

Avant de procéder plus avant dans l'examen de chacune des régions il importe de bien retenir qu'avec des populations différentes des points de vue structure d'âge, d'occupation, de revenus et de scolarisation, on peut s'attendre à des comportements et à des besoins différents face aux médiums d'information. On peut également émettre l'hypothèse que la façon d'aider les régions les moins favorisées doit également tenir compte du facteur distance des grands centres et des ressources en communicateurs.

L'intérêt que nous avions de bien délimiter le territoire québécois en régions ou concentrations repose sur un phénomène assez général observé dans le domaine de l'information; il s'agit du phénomène par lequel l'information émane le plus souvent des grands centres par le truchement de médiums qui, dans le contexte actuel, ne réussissent pas facilement, à parvenir à temps dans les diverses régions ou ne peuvent pour des raisons de coûts, assurer une distribution adéquate.

Ce n'est pas d'hier que l'on entend des groupes locaux ou régionaux revendiquer un meilleur service de radio ou de télévision d'Etat ou des citoyens se

plaindre du prix des grands quotidiens et des retards dans leur distribution, ou encore signaler la pauvreté de l'information locale ou régionale. A ce propos, les préoccupations formulées dans certains travaux du BAEQ[1] méritent d'être soulignées puisqu'on semble indiquer une certaine inaptitude de la région Bas-St-Laurent et Gaspésie à se donner un système d'information en mesure d'appuyer un effort de consciencisation de la population face à ses problèmes socio-économiques. Nous ne connaissons pas d'études analogues ayant porté sur d'autres régions, mais il y a tout lieu de croire, à la lumière de l'inventaire réalisé par Sorécom pour le compte de la Commission spéciale sur la liberté de presse, que l'information régionale écrite, de même que la diffusion de l'information nationale et internationale dans les régions éloignées du Québec restent inadéquates.

Au dossier de l'information à connaître pour une meilleure lecture des chapitres qui vont suivre nous aimerions donner ici le degré de connaissance de l'actualité que possède la population de chaque région et du Québec. Il va de soi que les opinions du public à l'endroit de l'information et des médiums peuvent très bien être colorées par sa familiarité avec l'actualité. Les sujets d'actualité choisis à cette fin sont présentés dans les questions 112 à 124. Ils touchent autant au secteur de l'activité sportive, qu'à celui des activités politiques et syndicales.

Le calcul du score total a été fait en accordant un point à chacune des bonnes réponses. Le score pouvait varier entre zéro (minimum) et dix (maximum). Trois questions ont été annulées parce qu'elles ne correspondaient pas aux normes d'homogénéité ou de difficulté requises dans ces cas.

---

(1) Voir en particulier les médiums d'information à l'intérieur du territoire-pilote. Jacques de Guise août 1965 (annexe technique).

CHAPITRE 3

Difficultés d'accès à l'information

1. Difficultés exprimées

L'information que nous présentons ici est surtout subjective en ce sens que le répondant pouvait n'exprimer que ses besoins propres, abstraction faite des services dont il dispose effectivement dans son milieu. Cette information traduit également la connaissance qu'on a des ressources du milieu.

Dans le cas des quotidiens et des hebdomadaires, c'est une faible minorité qui dit ne pas pouvoir se procurer facilement les journaux qu'elle aimerait lire. Si l'on en juge par les réactions recueillies, la difficulté serait plus grande ou peut-être plus ressentie dans le cas des quotidiens que dans celui des hebdomadaires.

TABLEAU 4

Difficulté de se procurer des quotidiens et des hebdos dans sa région

Régions	% affirmant avoir de la difficulté à se procurer des: quotidiens		hebdos	
	N	%	N	%
1. Bas-St-Laurent, Gaspésie	71	13	95	—
2. Saguenay-Lac St-Jean, Côte-Nord	122	12	152	3
3. Québec	213	6	190	2
4. Trois-Rivières	162	8	151	2
5. Cantons de l'Est	235	5	215	2
6. Abitibi-Outaouais	149	7	105	3
7F. Montréal-français	449	6	447	*
7A. Montréal-anglais	119	1	53	3
TOTAL	1520	6	1408	1

* Moins de 1%

Les deux régions où l'on éprouve le plus de difficulté à se procurer des quotidiens sont le Bas-St-Laurent/Gaspésie et la région Saguenay-Lac-St-Jean/Côte-Nord.

On peut croire que le groupe anglophone n'est que très peu touché par la qualité de la distribution, ce qui s'expliquerait, en partie, par sa forte concentration dans la région de Montréal et d'autre part par le fait qu'il dispose probablement d'un meilleur système de distribution.

Un autre malaise s'exprime quant aux services d'information accessibles dans chaque région, c'est au sujet du retard dans la distribution des quotidiens. Sous ce chapitre encore, on observe un net désiquilibre entre les régions, les plus affectées étant les mêmes que celles qui expriment des difficultés à se procurer certains quotidiens et hebdomadaires, soit la région Bas-St-Laurent/Gaspésie et la région Saguenay-Lac-St-Jean/Côte-Nord (tableau 5). Québec et Montréal sont encore les régions les plus favorisées, alors que les trois autres seraient dans une situation intermédiaire.

Le retard des hebdos n'est ressenti de façon notable (29% des interlocuteurs) que dans la seule région Bas-St-Laurent et Gaspésie.

TABLEAU 5

Retard perçu par les lecteurs dans la réception des quotidiens et des hebdos

	% affirmant recevoir avec du retard:			
	les quotidiens		les hebdos	
	N	%	N	%
1. Bas-St-Laurent, Gaspésie	70	64	96	29
2. Saguenay-Lac-St-Jean, Côte-Nord	125	62	148	5
3. Québec	215	16	189	4
4. Trois-Rivières	163	48	150	1
5. Cantons de l'Est	234	41	211	5
6. Abitibi-Outaouais	154	37	107	10
7F.Montréal-français	460	16	444	1
7A.Montréal-anglais	123	9	56	*
TOTAL	1544	24	1401	4

Les deux régions où l'on éprouve le plus de difficultés à se procurer des quotidiens sont le Bas-St-Laurent-Gaspésie et la région Saguenay-Lac-St-Jean-Côte-Nord.

On peut croire que le groupe anglophone n'est que très peu touché par la qualité de la distribution; ce qui s'expliquerait en partie par sa forte concentration dans la région de Montréal, et d'autre part par le fait qu'il dispose probablement d'un meilleur système de distribution.

Un autre malaise s'exprime quant aux services d'information accessible dans chaque région et c'est au sujet du retard dans la distribution des quotidiens. Sous ce chapitre encore, on observe un net déséquilibre entre les régions, les plus affectées étant les mêmes que celles qui expriment des difficultés à se procurer certains quotidiens et hebdos.

La situation des services dans chaque région, abstraction faite de leur qualité peut encore se mesurer à la perception de la possibilité de capter les stations AM et FM ainsi que la télévision par câble. Les réponses reçues (tableau suivant) nous indiquent encore une fois la situation défavorisée des deux régions qui jusqu'ici apparaissent comme des enfants pauvres dans le domaine de l'information.

TABLEAU 6

Possibilité de capter les stations AM et FM et possibilité de capter la télévision par câble

Régions	Radio AM et FM		Câble	
	N	%	N	%
1. Bas-St-Laurent, Gaspésie	151	34	144	17
2. Saguenay-Lac St-Jean, Côte-Nord	198	16	196	31
3. Québec	278	69	266	33
4. Trois-Rivières	198	56	191	56
5. Cantons de l'Est	293	68	273	66
6. Abitibi-Outaouais	188	58	183	58
7F. Montréal-français	603	83	554	70
7A. Montréal-anglais	134	85	120	79
TOTAL	2043	70	1933*	59

* Une partie des personnes sélectionnées n'ont pas été interrogées parce qu'elles ne possédaient pas de télévision.

La faible pénétration des services de télévision par câble dans la région de Québec est aussi à signaler. Il est probable que cette situation s'explique en partie par la faible densité de population des communautés à la périphérie de Québec-métropolitain[1].

Il faut bien comprendre le sens de la première colonne du tableau 6; en effet, 34% de la population de la Région 1, et 16% de celle de la région 2 se dit capable de capter une station AM et une station FM. Effectivement, il s'agit de la possibilité de capter une station FM puisque les stations AM rayonnent sur la presque totalité du territoire québécois habité. Cette situation s'explique en partie par l'absence de stations émettrices FM et en partie par l'absence d'appareils FM.

1. On pourra consulter un document publié par le CRTC pour un examen plus approfondi de la liste des systèmes de télévision par câble au Canada. On y donne également le nom des titulaires de licence. 1972

Dans l'inventaire (p. 97), nous avions signalé la présence d'une seule station FM installée en Gaspésie, soit CJBR-FM et aucune dans les régions Lac-St-Jean et Côte-Nord. Dans la région de Montréal, les installations FM étaient au nombre de huit (8).

2. Les média et leur accessibilité

Loin de nous la pensée de pouvoir établir la liste complète des supports d'information dont la population de chaque région a conscience d'être privée. Les cas que nous donnons ici se prêtaient mieux, selon nous, à un inventaire. Nous avons également voulu savoir ce qui rendait difficile l'accès à des médiums.

Pour ceux des Québécois qui aimeraient lire des quotidiens ou des hebdos auxquels ils ont difficilement accès, la liste comprend 14 journaux dont le nombre varie de 1 à 11 selon la région. On ne peut dire qu'il y a un besoin très fort exprimé à ce sujet puisqu'une minorité seulement a manifesté un désir précis. Les quotidiens ne sont pas tous également désirés. Certains journaux n'apparaissent pas sur la liste alors que d'autres sont désirés dans presque toutes les régions. Le tableau 7 illustre bien cette tendance.

TABLEAU 7

Quotidiens québécois qu'aimeraient lire les personnes qui ont ressenti des difficultés à s'en procurer

Journaux	Régions 1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
N	20	24	17	16	15	13	37	1	123
01 La Presse	x	x	x	x	x	x	-	-	x
02 Le Devoir	x	x	x	x	x	x	x	-	x
03 Montréal-Matin	x	x	x	x	-	x	x	-	x
04 Le Journal de Montréal	x	x	-	x	x	x	x	x	x
05 Le Journal de Québec	-	x	x	-	-	x	-	-	x
06 L'Action	-	-	x	x	-	-	x	-	x
07 Le Soleil	-	-	x	x	x	x	x	-	x
08 La Tribune	-	-	x	-	x	-	x	-	x
09 The Gazette	x	x	x	-	x	-	-	-	x
10 The Montreal Star	-	x	-	-	-	-	x	-	x
11 The Record (de Sherbrooke)	-	-	-	-	-	-	-	-	x
12 The Citizen (d'Ottawa)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
13 The Ottawa Journal	-	-	-	-	-	-	x	-	x
14 Le Droit (d'Ottawa)	-	-	x	x	x	-	x	x	x
15 La Voix de l'Est (de Granby)	-	-	-	-	-	-	x	-	x
16 Le Nouvelliste (de Trois-Rivières)	-	-	-	-	-	-	x	-	x

Le tableau 7 nous indique, par exemple, que le groupe anglophone de Montréal qui aimerait lire des quotidiens dont ils ont difficilement accès n'a mentionné que deux des journaux, soit le Journal de Montréal et le Droit[1]. Les journaux le plus souvent mentionnés pour l'ensemble des régions sont, dans l'ordre:

Le Devoir	21 cas
La Presse	18 cas
Le Soleil	17 cas
Montréal-Matin	9 cas
Le Journal de Montréal	9 cas
The Gazette	7 cas
Le Droit	6 cas
Le Journal de Québec	5 cas

Pour les autres journaux, le nombre de mentions est inférieur à 5.

1. Ce journal a été ajouté à la liste des quotidiens québécois à cause de la proximité d'Ottawa. Nous avons également intégré les journaux anglophones d'Ottawa à notre liste.

Les principales causes de la difficulté d'obtenir les quotidiens mentionnés dans les régions seraient: a) qu'ils n'y parviennent pas (48%), b) qu'ils arrivent avec du retard (19%), c) qu'ils coûtent trop cher (11%). Pour les hebdomadaires, les difficultés soulignées sont identiques mais ne revêtent pas le même ordre d'importance: 57% disent que les hebdos désirés ne parviennent pas à la région, 23% que le prix est un handicap à leur lecture et 7% qu'ils arrivent avec trop de retard.

La population semble moins touchée par l'inaccessibilité de certains hebdomadaires. Effectivement, il n'a été fait mention au total que de 12 hebdomadaires qu'on regrettait ne pouvoir se procurer. On peut supposer que la distribution des hebdomadaires est généralement bonne et qu'ils sont d'accès facile. Mais ce peut être l'expression d'un manque d'intérêt pour ces journaux; ce que nous verrons dans le chapitre sur la consommation des médiums.

3. Le retard dans la livraison des journaux

Il a été proposé d'examiner plus à fond le problème du retard dans la livraison des quotidiens et des hebdomadaires, la durée de ce retard, ses conséquences, ainsi que de sonder les opinions sur les possibilités de normaliser la situation dans le cas des quotidiens.

Nous avons déjà indiqué que les principales régions touchées par le retard des quotidiens étaient le Bas-St-Laurent et la Gaspésie (64%), le Saguenay-Lac-St-Jean (62%); viennent ensuite Trois-Rivières (48%), les Cantons de l'Est (41%), l'Abitibi-Outaouais (37%), Québec (16%), Montréal-français (16%) et Montréal-anglais (9%). La grande majorité de ces retards sont, sur semaine, d'une journée. Ils ne dépassent pas trois jours selon quelques interlocuteurs de la Gaspésie et de l'Abitibi-Outaouais. Le retard est plus long pour les quotidiens du samedi. Il serait cependant inférieur à deux jours. Les retards signalés en

Gaspésie et dans le Bas-St-Laurent ne paraissent contrarier qu'une minorité de lecteurs, soit environ le tiers. Par contre, l'insatisfaction due à ces retards est plus forte en Abitibi (9 cas sur 10); et dans les Cantons de l'Est (3 cas sur 4). [1]

L'ennui que causent les retards de livraison des quotidiens tiendrait, selon toute vraisemblance, à un facteur de réalité, à savoir la distance. Les populations les plus éloignées des centres de production semblent prendre pour acquis qu'il n'est pas possible de recevoir son journal le jour de sa parution. C'est du moins l'opinion de la majorité des répondants de la Gaspésie (77%). L'opinion des répondants de l'Abitibi-Outaouais est plus partagée sur ce point (43% vs 57%).

Les retards des journaux hebdomadaires soulèveraient généralement moins de problèmes que ceux des quotidiens. Comme la question des retards ne paraît se présenter qu'à une minorité et à la seule région de la Gaspésie et du Bas-St-Laurent, nous terminons ici notre examen de cette situation. Nous préciserons cependant que les quelques personnes qui croient possible une livraison le jour même de la parution des quotidiens voudraient voir soit le ministère des Postes, soit le journal lui-même, soit encore l'entreprise de transport par avion, prendre l'initiative de l'amélioration du service.

1. Tableaux mécanographiés

CHAPITRE 4

La consommation des média d'information

Parler de consommation des médiums ou d'habitudes de lecture et d'écoute des Québécois présente une sorte de défi, si l'objectif est de faire toutes les nuances que présente la description de cette réalité.

Effectivement, on ne peut parler d'habitudes d'écoute sans une définition acceptable des habitudes. Il n'est pas toujours possible, non plus, de comparer les régions du Québec entre elles sans tenir compte des différences de service dont elles disposent dans le domaine de l'information.

Dans le présent chapitre nous offrons au lecteur une gamme assez variée d'informations sur la consommation, espérant ainsi mieux l'éclairer et lui faire mieux apprécier les disparités régionales. Nous présenterons séparément les données recueillies sur les journaux quotidiens et hebdomadaires, sur les journaux locaux, sur les revues mensuelles, sur la radio et la télévision. Auparavant, jetons un coup d'oeil sur la popularité des divers médiums (tableau 8).

TABLEAU 8

Pourcentage des répondants de chaque région consommatrice des divers médiums

Médium	Régions								
	1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
N-	151	201	280	202	293	192	613	135	2067
Quotidiens	48	63	81	81	80	81	82	93	80
Hebdos	66	76	68	73	75	57	72	43	67
Journaux locaux	47	89	53	75	62	51	78	69	69
Revues mensuelles	46	53	57	51	52	30	54	56	52
Radio AM	89	97	94	93	94	95	92	96	94
Radio FM	19	5	52	37	49	41	67	68	54
Télévision	96	99	96	97	97	99	96	95	97

1. Popularité des médiums

Une forte proportion (80%) de la population adulte (18 ans et plus) du Québec lit au moins un quotidien. Les deux tiers (67% et 69%) lisent ou feuillettent des hebdomadaires ou des journaux locaux. Environ la moitié lit des revues mensuelles québécoises (52%) ou écoute la radio FM (54%). Quant à la radio AM et à la télévision, 94% et 97% l'écoutent ou la regardent. L'ordre de popularité des médiums sur l'ensemble du territoire québécois serait donc le suivant:

la télévision	97%
la radio AM	94%
les quotidiens	80%
les journaux locaux	69%
les hebdos	67%
la radio FM	54%
les revues mensuelles	52%

L'importance accordée à chaque médium varie considérablement d'une région à l'autre, sauf dans le cas de la télévision, de la radio AM et des revues mensuelles. La consommation des revues mensuelles paraît cependant plus faible en Abitibi et dans l'Outaouais, où 30% seulement disent en lire ou en feuilleter comparativement à 52% pour l'ensemble du Québec et à 46% dans la population du Bas-St-Laurent-Gaspésie.

Les disparités régionales sont importantes dans le cas des quotidiens. Deux régions paraissent sous-alimentées comparativement aux autres, ce sont le Bas-St-Laurent-Gaspésie et le Saguenay-Lac-St-Jean-Côte-Nord, soit 48% et 63% vs 80% ou plus. Les disparités se font particulièrement sentir pour la radio FM, où l'on note une consommation de 19% et 5% dans les deux régions mentionnées contre 67-68% dans la région de Montréal. Il faut retenir que cette faible consommation s'explique surtout par l'absence de service dans les deux régions défavorisées. Ainsi les données sur la consommation d'émissions FM correspondent de très près à la situation que nous avions décrite dans l'inventaire.

2. Les quotidiens

Un examen de l'importance accordée à chacun des quotidiens publiés au Québec (tableau 9) et à Ottawa nous permet de délimiter assez rapidement leurs zones d'influence, Les tableaux 8 et 9 indiquent également à quel point la population de chaque région se laisse pénétrer par l'information.

Certains journaux exercent une influence sur toutes les régions, mais à des degrés divers. Le Devoir se signale cependant puisqu'il est le seul des quotidiens à pénétrer de façon presque uniforme la totalité des régions. La Presse, Montréal-Matin et Le Soleil pénètrent dans toutes les régions, mais les zones d'influence du Soleil sont fortement concentrées dans tout le territoire qui s'étend de Québec vers l'est, de même qu'au Saguenay et sur la Côte-Nord. La popularité de Montréal-Matin au Saguenay est étonnante puisqu'elle atteint presque celle qu'a ce journal dans sa région de diffusion. Seul Le Soleil, qui est depuis longtemps associé à l'information du Saguenay, le déclasse.

Quelques petits quotidiens ne rayonnent, pour ainsi dire, que dans les régions dont ils émanent: ce sont Le Droit, Le Nouvelliste, La Voix de l'Est. La Gazette et Le Star ont des lecteurs partout ou presque partout au Québec, mais trouvent leur principale clientèle dans la région de Montréal auprès des anglophones.

TABLEAU 9

Pourcentages des lecteurs de quotidiens qui affirment avoir lu chacun des journaux au moins une fois durant la semaine précédant l'interview[1]

	Régions								
	1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
N-	72	125	214	159	235	154	450	122	1531
1. La Presse	11	9	6	24	12	8	56	9	29
2. Le Devoir	11	12	13	8	9	7	14	8	11
3. Montréal-Matin	34	56	25	37	36	39	60	14	43
4. Le Journal de Mtl	--	6	4	17	21	30	54	11	30
5. Le Journal de Québec	--	11	35	2	1	1	1	--	6
6. L'Action	8	5	14	3	*	2	2	--	3
7. Le Soleil	82	88	85	7	3	1	1	--	20
8. La Tribune	1	2	1	7	40	1	2	--	5
9. The Gazette	--	6	5	3	10	4	12	69	18
10. The Montreal Star	1	2	3	6	9	1	11	91	20
11. The Record	--	1	1	1	8	--	1	*	1
12. The Citizen	--	1	--	1	1	19	1	2	2
13. The Ottawa Journal	--	1	--	1	1	18	1	1	2
14. Le Droit	11	2	11	1	*	60	2	--	5
15. La Voix de l'Est	--	1	--	1	37	--	3	--	5
16. Le Nouvelliste	--	1	6	79	8	--	2	--	7

*Moins de 1%;
--0%

	Population lectrice (%)								
	48	63	81	81	80	81	82	93	80

1 Les interviews ont eu lieu en octobre-novembre 1972.

Dans l'inventaire d'avril 1972[1], nous avions signalé le nombre de quotidiens pénétrant dans les unités géographiques (comtés) regroupées par régions. Le tableau 9 nous fait voir de façon un peu plus concrète l'utilisation (lecture) que la population de chaque région fait de ces journaux.

Les Québécois ne consomment toutefois pas uniquement des journaux de chez eux. Déjà on peut le constater par le nombre des lecteurs de l'Ottawa Journal et du Citizen. On lit également des journaux comme le Globe & Mail (6 cas), Toronto Daily Star (2 cas), New York Times (3 cas), New York News (1 cas), Le Monde (1 cas). Au total 3% des Québécois disent lire d'autres quotidiens que ceux mentionnés au tableau 9. Les régions les plus fortes consommatrices de quotidiens non québécois sont le Bas-St-Laurent-Gaspésie (4%), les Cantons de l'Est (4%) et les anglophones de la région de Montréal (8%).

L'importance accordée aux quotidiens peut se mesurer également par le nombre d'heures qu'on y consacre. Aussi présentons-nous quelques données sur ce phénomène de consommation (tableau 10).

TABLEAU 10

Distribution des répondants de chaque région selon le nombre d'heures consacrées à la lecture des quotidiens chaque semaine

Temps de lecture	Régions								
	1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
N-	150	201	280	202	293	191	612	135	2064
Moins d'une heure	63	49	32	37	32	28	30	17	32
1 - 4 heures	21	25	27	41	41	42	32	34	34
4 - 7 heures	13	13	15	26	18	19	20	18	20
7 heures et plus	3	12	15	4	8	11	17	25	15
Nombre moyen d'heures/semaine	1.8	2.5	3.1	2.3	2.7	3.1	3.0	4.3	2.8

1)pages 113-118.

C'est dans la région de Montréal qu'on semble consacrer le plus de temps à la lecture des quotidiens, surtout dans le milieu anglophone où 43% lisent 4 heures ou plus par semaine contre 16% en Gaspésie et dans le Bas-St-Laurent. Nous ferons un examen plus poussé de ces données lorsque nous les comparerons avec le temps accordé à la consommation d'autres médiums.

3. Les hebdomadaires

Les observations recueillies au Québec sur les hebdomadaires nous font croire que ceux-ci ont une place importante dans la vie des francophones. Au tableau 8 nous avons observé que les lecteurs d'hebdomadaires sont plus nombreux que les lecteurs de quotidiens dans deux régions: Bas-St-Laurent et Gaspésie, et Saguenay-Lac-St-Jean/Côte-Nord.

Au tableau 11 nous verrons la popularité de chacun des 18 journaux que nous avons soumis à leur attention.

TABLEAU 11

Popularité des hebdomadaires, selon les régions, en pourcentages

Journaux	Régions								
	1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
N	99	152	193	149	218	110	450	58	1429
1. Dimanche-Matin	63	41	53	66	70	45	75	14	61
2. Vedettes	21	23	24	29	23	15	25	3	22
3. Nouvelles illustrées	26	38	34	31	35	33	36	2	32
4. Le Petit Journal	57	45	44	34	44	57	47	4	43
5. La Patrie	25	24	26	30	18	22	27	-	23
6. Photo-Journal	46	42	34	34	35	35	38	5	34
7. Le Nouveau Samedi	7	8	7	12	14	3	15	-	11
8. Allo Police	67	54	47	44	38	60	41	7	42
9. Québec Presse	4	13	5	2	5	4	10	2	7
10. Dernière heure	3	5	6	8	10	5	13	1	9
11. Midnight	2	1	3	1	2	9	6	11	5
12. Sunday Express	-	-	1	-	3	2	3	62	7
13. Le grand journal Illustré	5	11	10	9	10	3	15	4	11
14. Le journal des Vedettes	22	33	23	27	30	18	28	7	25
15. Echo-Vedettes	37	36	41	36	32	27	37	3	33
16. La Terre de Chez-nous	20	9	8	9	10	7	5	-	7
17. Télé Radiomonde	5	15	11	15	14	7	21	3	15
18. Photo Vedettes	31	31	29	27	30	30	26	3	26
	Population lectrice (%)								
	66	76	68	73	75	57	72	43	67

Bien que de façon générale on compte moins de lecteurs d'hebdomadaires que de lecteurs de quotidiens, sauf dans les régions 1 et 2, le tableau 11 démontre clairement que les hebdomadaires s'étendent davantage à toutes les régions; leur zone d'influence s'étend sur tout le territoire québécois. Seul le Sunday Express fait exception à cette règle. On observe également la présence des hebdomadaires francophones en milieu anglophone, mais les anglophones ne sont évidemment pas des adeptes de l'hebdomadaire, sauf dans le cas de Sunday Express qu'ils lisent en plus forte proportion.

Les différences de comportement des consommateurs des diverses régions à majorité francophone sont moins sensibles dans le cas des hebdomadaires que dans celui des quotidiens. Cela s'explique sans doute par le caractère même de l'information diffusée et aussi par le mode de distribution des hebdomadaires dans les régions. Le caractère de spécialisation des hebdos leur permet sans doute de trouver une clientèle proportionnellement aussi importante dans toutes les régions. Il y a cependant des exceptions; ainsi la Terre de Chez-Nous rejoint 20% des lecteurs gaspésiens et 7% des lecteurs de l'Abitibi-Outaouais. Télé Radiomonde rejoint 21% des lecteurs montréalais francophones vs 5% des lecteurs du Bas-St-Laurent-Gaspésie; Allo Police rejoint 67% des lecteurs de la Région 1 et 38% de ceux des Cantons de l'Est. Les facteurs liés à ce phénomène restent à déterminer; ils ne peuvent être identifiés dans la présente étude.

Le temps consacré chaque semaine à la lecture des hebdomadaires apparaît au tableau 12. Les données qu'on y présente montrent bien qu'il est consacré moins de temps par semaine à la lecture des hebdomadaires qu'à celle des quotidiens. La majorité y passe moins d'une heure par semaine, alors que pour les quotidiens c'est environ le tiers, sauf dans les régions 1 et 2.

TABLEAU 12

Distribution pourcentuelle de la population lectrice de chaque région selon le nombre d'heures consacrées à la lecture hebdomadaires chaque semaine

		Régions								
		1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
	N	77	106	136	102	162	90	356	33	2064
Temps de lecture										
Moins d'une heure		53	51	54	64	56	50	53	76	55
1 - 4 heures		35	35	29	29	33	38	33	19	32
4 - 7 heures		9	5	13	4	5	8	6	-	6
7 heures et plus		3	9	5	3	5	4	8	5	7
		Population lectrice (%)								
		66	77	68	73	75	57	72	43	67

Dans le cas de ces deux régions, on ne note pas pour autant une plus grande consommation des hebdomadaires.

4. Les journaux locaux

Le recensement des lecteurs des journaux locaux présentait un défi en soi. Au total plus de 150 journaux locaux ont été mentionnés lors des interviews. Les questions posées aux 2067 personnes interrogées étaient les suivantes: "Vous arrive-t-il de lire ou de feuilleter des journaux locaux qui s'adressent à votre quartier ou à votre localité?" "Pourriez-vous me donner le nom du journal ou des journaux locaux qu'il vous arrive de lire?"

Rappelons brièvement que le pourcentage de lecteurs de journaux locaux varie beaucoup d'une région à l'autre (tableau 8). Il faudrait de plus examiner la situation de chaque région, puisqu'il est assez normal que les journaux locaux y trouvent leur clientèle et soient d'un intérêt très limité pour les autres régions.

La distribution des journaux recensés est trop localisée ou plus précisément comprend trop de grappes isolées pour permettre à notre échantillon de rendre compte avec précision de la popularité des journaux locaux dans chaque région. Nous pouvons tout au plus préciser que le nombre de journaux locaux varie considérablement d'une région à l'autre. Très peu de ces journaux chevauchent plus d'une région. Le nombre de journaux locaux recensés dans notre étude dépasse 150. Effectivement nous avons pu identifier au moins un lecteur de chacun de ces journaux.

Certains journaux locaux semblent occuper une place importante dans les régions, si l'on en juge par le nombre de lecteurs. Il y a des journaux locaux qui seraient lus par près de la moitié des consommateurs de cette catégorie de journaux dans les régions 1, 2 et 6, soit les trois régions les plus éloignées

des grands centres.[1]

TABLEAU 13

Nombre de journaux locaux lus ou feuilletés par les consommateurs dans chaque région économique du Québec

Régions	N	Nombre de Journaux
1. Bas-St-Laurent-Gaspésie	71	8
2. Saguenay-Lac-St-Jean, Côte-Nord	178	11
3. Québec	138	15
4. Trois-Rivières	152	16
5. Cantons-de-l'Est	180	15
6. Abitibi-Outaouais	94	14
7F. Montréal francophone	499	64
7A. Montréal anglophone	97	32
	1409	

A Montréal la situation est assez particulière avec la présence de journaux locaux bilingues[2].

Dans le tableau 14, nous présentons la distribution des lecteurs de chaque région selon le nombre d'heures consacrées à la lecture des journaux locaux. Précisons encore ici que les pourcentages sont calculés sur la population lectrice de journaux locaux.

1. Tableaux mécanographiques

2. On trouvera dans Canadian Advertising Rates and Data, la liste des journaux locaux recensés.

TABLEAU 14

Distribution de la population de chaque région qui lit des journaux locaux selon le nombre d'heures consacrées à la lecture de ces journaux

		Régions								
		1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
Temps de lecture par semaine	N	71	178	138	152	180	94	499	97	1409
Moins d'une heure		41	33	69	72	52	69	62	79	62
1 - 2 heures		49	45	27	27	39	22	33	20	32
2 heures et plus		10	22	3	1	8	9	6	1	6
		Population lectrice								
		47	89	53	75	62	51	78	69	69

En général on consacre moins de temps à la lecture des journaux locaux qu'à celle des hebdomadaires et des quotidiens et à cet égard les régions se distinguent assez nettement. Les lecteurs des régions 1 et 2 semblent accorder plus d'importance que les autres aux journaux locaux. Le tableau 15, qui présente une synthèse du temps consacré aux divers journaux, illustre bien ce phénomène.

TABLEAU 15

Nombre moyen d'heures consacrées à la lecture des médiums dans chaque région chaque semaine

			Régions								
Médiums		N	1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
Quotidiens	(A)	1531	3.7	4.0	4.0	2.9	3.4	3.9	4.1	4.7	3.8
	(B)	2067	1.8	2.5	3.1	2.3	2.7	3.1	3.0	4.3	2.8
Hebdomadaires	(A)	1429	1.6	1.9	1.8	1.3	1.6	1.7	1.8	1.5	1.7
	(B)	2067	.8	1.0	.9	.7	.9	.8	1.0	.4	.9
Journ. locaux	(A)	1409	1.3	1.5	.9	.8	1.1	.9	1.0	.7	1.0
	(B)	2067	.6	1.3	.4	.6	.7	.5	.8	.5	.7

A - Moyenne basée sur le nombre de lecteurs
B - Moyenne basée sur le nombre de lecteurs et de non lecteurs

L'examen du nombre moyen d'heures consacrées par les lecteurs nous fait voir l'importance relative de chaque médium. Au total les lecteurs consacrent

3.8 heures par semaine aux quotidiens

1.7 heure par semaine aux hebdomadaires

1.0 heure par semaine aux journaux locaux

Le même phénomène s'observe dans toutes les régions: les quotidiens sont en première place, suivis des hebdomadaires puis des journaux locaux. Il y aurait sans doute un lien entre ce comportement et la fréquence de parution de chaque catégorie de journaux.

Lorsque l'on établit la moyenne pour l'ensemble des lecteurs et des non-lecteurs, celle-ci diminue mais reste la plus forte dans le cas des quotidiens (2.8 heures/semaine) suivi par les hebdos (.9 heure/semaine) et les journaux locaux (.7 heure/semaine).

Les disparités régionales sont moins apparentes dans le cas de la lecture des quotidiens, sauf dans la région de Trois-Rivières où la moyenne s'écarte de celle des autres régions, soit 2.9 heures/semaine et chez les anglophones dont la moyenne d'heures de lecture hebdomadaire est de 4.7.

Pour compléter notre information sur la consommation des journaux locaux nous présentons au tableau 16 le nombre moyen de journaux locaux lus assez régulièrement, par adulte et par lecteur.

TABLEAU 16

Nombre moyen de journaux locaux lus par adulte et par lecteur

Nombre moyen	N	Régions 1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
par adulte	2064	.61	1.55	.58	1.09	.92	.63	1.30	.95	1.02
par lecteur	1409	1.30	1.90	1.16	1.50	1.51	1.27	1.62	1.36	1.52

5. Les revues mensuelles

Pour les fins de l'étude nous avons traité séparément les revues dites québécoises, c'est-à-dire publiées au Québec, et les revues étrangères. A ce sujet nous avons cherché à établir non seulement le comportement des lecteurs, mais encore le nombre de revues qu'on lisait et le nombre de celles auxquelles on était abonné au moment de l'entrevue.

a) Les revues québécoises

Dans le tableau 17 nous présentons le nombre moyen de revues québécoises lues ou feuilletées et le nombre moyen d'abonnements. On constate en premier lieu que le nombre moyen de revues lues est environ deux fois supérieur à celui des abonnements. A l'exception de la région de l'Outaouais-Abitibi, où le nombre d'abonnements et de revues lues par personne est plus

TABLEAU 17

Nombre moyen de revues lues et d'abonnements à des revues publiées au Québec dans chaque région

	Régions 1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
N-	151	201	280	202	293	192	613	135	2067
Revues lues	.91	1.06	1.07	.91	.95	.54	1.00	.94	.96
Abonnements	.58	.63	.58	.63	.52	.35	.56	.56	.55

faible, les régions sont presque toutes sur un pied d'égalité. Cette observation nous incite à mieux examiner le tableau 18 où l'on précise l'importance relative accordée dans chaque région à certaines revues québécoises. Ce tableau présente donc le pourcentage de personnes qui disent lire régulièrement ou de temps à autre chacune des revues mentionnées.

TABLEAU 18

Pourcentages des répondants adultes (18 ans et plus) qui disent lire des revues québécoises

Revues	Régions								
	1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
N	151	201	280	202	293	192	613	135	2067
Chatelaine	29	33	35	31	35	28	34	28	29
McLean Magazine	15	15	15	15	16	17	15	27	17
Actualité	11	18	18	16	14	11	19	1	15
Maintenant	1	1	3	2	1	1	3	-	2
Sept Jours	-	-	3	1	1	1	1	1	1
Sélection Readers' Digest	29	48	43	31	39	33	39	47	40
Main Mise	-	1	1	1	1	2	3	-	2
Autres revues spontanément mentionnées	4	2	4	4	3	-	4	1	3

En général, on observe peu de différences de comportement d'une région à l'autre dans la lecture des revues québécoises. Il y a cependant des exceptions. La revue McLean a davantage la faveur des anglophones (27%) que des francophones de la région de Montréal (15%).

La revue Actualité a une très petite clientèle chez les anglophones, soit 1%, comparativement à sa clientèle francophone (11-19% selon la région).

Les revues les plus populaires sont, pour l'ensemble du Québec:

Sélection du Readers' Digest	40%
Chatelaine	29%
McLean	17%
Actualité	15%

Les trois premières revues publiées en français et en anglais, ce qui explique une certaine homogénéité de comportement dans les deux groupes ethniques.

b) Les revues étrangères

Notre propos n'est pas de traiter ici du caractère plus ou moins québécois des revues publiées au Québec, ni de l'intérêt qu'ont les Québécois à suivre l'actualité mondiale dans des revues rédigées et publiées à l'étranger. La liste que nous avons de ces revues est forcément limitée et nous n'avons retenues que celles qui paraissent le plus fréquemment (4% des mentions ou plus) dans le pré-test.

Le nombre moyen de revues lues et le nombre moyen d'abonnements apparaissent au tableau 19. On observe des différences marquées entre les régions. Le nombre moyen de lecteurs est particulièrement faible dans l'Abitibi-Outaouais, soit .18 revues par personne ou 180 revues par mille personnes, alors que dans la région de Montréal on trouve 980 revues par 1,000 adultes et 530 revues lues par 1,000 adultes. Dans les autres régions on signale de 350 à 440 revues lues par 1,000 adultes.

TABLEAU 19

Nombre moyen de revues étrangères lues et d'abonnements à des revues étrangères dans chaque région

	Régions								
	1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
N-	151	201	280	202	293	192	613	135	2067
Revues lues	.35	.42	.44	.38	.40	.18	.53	.98	.46
Abonnements	.01	.05	.14	.11	.05	.09	.10	.36	.11

Le cas des abonnements, et c'est une situation normale, illustre des écarts importants entre les régions. Encore ici l'intérêt manifesté par les anglophones de la région de Montréal pour des revues étrangères (non publiées au Québec) dépasse celui de toutes les régions et aussi celui des francophones de Montréal: 360 abonnements à des revues étrangères chez les anglophones contre 100 abonnements chez les francophones.

La liste des revues étrangères pour lesquelles nous voulions connaître l'intérêt de la population se limitait à cinq (tableau 20). La publication Jours de France a été mentionnée spontanément par 2% des répondants.

TABLEAU 20

Pourcentages des répondants adultes de chaque région qui disent lire ou feuilleter régulièrement ou de temps à autre quelques revues étrangères

		Régions								
Revues		1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
	N	151	201	280	202	293	192	613	135	2067
Le Nouvel Observateur		1	1	2	1	1	1	3	-	2
Express (français)		1	2	4	-	3	2	4	*	3
Time Magazine		7	11	11	9	9	11	11	46	15
Life		8	12	10	7	15	11	15	22	14
Paris Match		10	19	19	13	12	7	19	5	15
Jours de France		-	1	2	2	1	2	3	1	2
Autres revues		5	4	6	7	4	4	12	23	10

Pour l'ensemble du Québec, trois revues prestigieuses se partagent la première place. Ce sont Time Magazine (15%), Paris Match (15%) et Life (14%). Trois périodiques français intéressent entre 2% et 3% de l'ensemble de la population québécoise, ce sont l'Express (3%), Le Nouvel Observateur (2%) et Jours de France (2%). On lit également d'autres revues, mais leur popularité est trop faible pour en faire état.

La plupart des revues étrangères du tableau 20 sont lues dans toutes les régions. Il y a peu de différence d'une région à l'autre, sauf pour les anglophones de la région de Montréal qui sont de forts consommateurs de Time Magazine (46%) et de Life (22%).

6. La radio

Dans le contexte actuel, la radio est sans doute le médium le plus apte à pénétrer et à desservir toutes les régions. Nous avons vu que les populations de toutes les régions disaient pouvoir capter au moins une station AM. Les stations FM sont par ailleurs concentrées dans quelques régions seulement, si bien que dans une région comme le Saguenay-Lac-St-Jean/Côte-Nord une minorité seulement (16%) dit pouvoir capter une station FM[1]. S'il est vrai qu'on peut associer la radio FM avec une certaine qualité d'émissions, bien rares sont les foyers des régions éloignées des grands centres qui possèderaient cet avantage. Cette situation se traduit nécessairement au plan du comportement.

Avant de décrire le comportement d'écoute de la radio AM et FM, précisons les faits suivants:

- La très grande majorité des Québécois (97%) ont au moins un appareil radio en état de fonctionner. Seule la région 1 accuse un pourcentage inférieur à celui-ci, soit 93%. Près des deux tiers (65%) en ont deux ou plus et 17%, quatre ou plus. Ceci fait un nombre moyen de 2.1 appareils radio par foyer. Les variations régionales apparaissent au tableau 21.

- Plus des deux tiers (67%) des personnes interrogées possèdent au moins un appareil radio dans leur voiture. Ce pourcentage monte à 83% dans la région Saguenay-Lac-St-Jean/Côte-Nord et descend à 61% dans la région de Montréal chez les francophones. Les différences entre les régions apparaissent également au tableau 21.

---

1. Tableau 6.

TABLEAU 21

Distributions pourcentuelles des personnes adultes selon le nombre d'appareils radio en état de fonctionner au foyer et dans la voiture

	Régions								
Nombre de radios au foyer	1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
Aucun	7	1	4	1	3	1	3	1	3
1	44	37	36	38	38	37	31	20	33
2	27	35	31	35	29	27	29	25	29
3	9	16	16	15	15	20	19	29	19
4 et plus	13	10	13	11	15	15	19	25	17
Dans la voiture									
0	37	17	34	32	24	28	39	26	33
1	54	68	59	63	68	65	54	66	59
2	8	9	6	3	7	6	5	7	6
3 et plus	2	5	2	2	*	2	2	1	2

a) Ecoute de la radio AM et FM

Le tableau 22 décrit l'importance relative accordée à l'écoute de la radio AM et FM dans chaque région et pour l'ensemble du Québec. Il faut encore se rappeler qu'il s'agit de la population adulte (18 ans et plus).

TABLEAU 22

Auditeurs de la radio AM et FM, en pourcentages des répondants

	Régions								
	1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
N-	151	201	280	202	293	192	613	135	2067
Radio AM	89	97	94	93	94	95	92	96	94
Radio FM	19	5	52	37	49	41	67	68	54

Nous l'avons déjà souligné, l'écart entre les régions se situe surtout dans l'écoute de la radio FM. Les pourcentages (5% et 19%) indiqués pour les régions 2 et 1 sont assez éloquents comparés à ceux de la région de Montréal (67% et 68%). L'écoute en FM dans les régions de Trois-Rivières et de l'Abitibi-Outaouais est également inférieure à 50%, soit 37% et 41% respectivement.

On pourrait également se demander ce qui empêche 11% de la population du Bas-St-Laurent-Gaspésie d'écouter la radio AM. On sait déjà que dans une propórtion de 7% cette population dit ne pas posséder d'appareil radio. Si tel est le cas, on peut supposer que la différence, soit 4% de la population, ne s'intéresse pas à la radio AM[1]. Une analyse plus poussée nous dirait si ce pourcentage se sépare volontairement du monde de l'information ou s'il est acquis exclusivement à d'autres médiums comme la télévision, les journaux, la radio FM ou les revues de toutes sortes.

L'importance accordée à la radio AM et FM se mesure mieux au nombre d'heures d'écoute, que nous présentons dans le tableau 23. On y lit effectivement que le nombre d'heures d'écoute par jour de la radio AM est plus élevé que l'écoute en FM. Les moyennes seraient les suivantes pour l'ensemble de la population adulte du Québec: 2.51 heures consacrées à l'écoute de la radio AM contre 1.96 heure à la radio FM.

---

1. Possiblement une erreur d'échantillon.

TABLEAU 23

Distributions pourcentuelles des répondants adultes selon le nombre d'heures passées à l'écoute quotidienne de la radio AM et FM

	Régions								
	1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
Radio AM N-	151	201	280	202	293	192	613	135	2067
Moins d'une heure	23	19	21	29	23	10	26	26	24
1 - 2	35	36	34	28	27	19	31	39	32
2 - 3	11	17	15	16	16	15	17	8	15
3 - 4	11	9	9	11	9	20	6	10	9
4 - 5	6	5	6	6	7	15	6	5	6
5 heures et plus	14	13	14	10	19	22	14	12	15
Radio FM									
Moins d'une heure	70	67	41	19	38	16	25	31	29
1 - 2	22	33	45	31	27	39	38	30	36
2 - 3	7	-	10	21	17	13	16	20	16
3 - 4	-	-	1	13	7	13	6	8	6
4 - 5	-	-	1	8	3	9	3	3	3
5 heures et plus	-	-	2	8	8	9	13	8	10

Les différences régionales apparaissent surtout dans le cas de la radio FM. Les régions 1 et 2 ont effectivement tendance à consacrer moins de temps que les autres à ce médium. Nous croyons qu'une des raisons pourrait fort bien être la mauvaise qualité de la réception là où il est possible de capter les stations existantes. Les auditeurs des deux types de radiodiffusion ne passent pas le même nombre d'heures à l'écoute de leur appareil, soit 2.3 heures/jour dans le cas de la radio AM contre 2.0 à la radio FM. Pour chaque région on obtient:

	Régions								
	1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
AM	2.3	2.3	2.4	2.2	2.6	3.3	2.3	2.1	2.3
FM	0.9	0.8	1.3	2.3	1.8	2.4	2.1	2.0	2.0

b) Les stations écoutées

Quelles stations AM et FM écoute-t-on effectivement et quelles sont celles qu'on dit écouter davantage? La réponse à ces deux questions serait nécessairement longue si l'on devait donner la liste des 80 stations de radio AM et des 21 stations FM qui diffusent sur le territoire Québécois. A ces listes il faut ajouter les stations américaines limitrophes et certaines stations d'autres provinces canadiennes.

Une remarque méthodologique s'impose avant de présenter les résultats obtenus. Le lecteur devra prendre note qu'à cause du caractère déjà assez exhaustif de la présente étude nous ne pouvons présenter les résultats en tenant compte des populations sur lesquelles rayonne chaque station. Dans ce sens, ces statistiques s'éloignent de celles des compagnies de rating[1].

Dans les lignes qui suivent nous ne ferons donc que quelques remarques relatives à l'écoute de stations spécifiques puisque l'importance de notre échantillon ne nous permettrait pas d'atteindre un nombre suffisant d'auditeurs éventuels de certaines stations. Ainsi la station CKBL de Matane n'étant pas dans le champ d'écoute possible des personnes échantillonnées, sa popularité aurait nécessairement été nulle. Il ressort toutefois que nous avons pu déceler certaines tendances dans le comportement des Québécois, comme celle de privilégier de beaucoup un nombre restreint de stations. Ce phénomène est particulièrement évident où il existe par ailleurs un choix de stations assez étonnant. Ainsi à Montréal, trois stations AM ont la préférence de 7 auditeurs sur 10. AQuébec , deux stations AM obtiennent la préférence de 60% des auditeurs. Le phénomène est aussi marqué dans ces deux régions pour la radio FM. Chez les anglophones, 46% des répondants accordent le plus fort de leur temps d'écoute à la même station.

---

1. Tableaux mécanographiques.

Dans un régime de libre concurrence comme le nôtre, on pourrait croire que ces stations répondent aux besoins des auditeurs et que le public, à cet égard, optimise sa satisfaction. Seule une étude mettant en rapport le contenu des émissions et les besoins de la population aux moments où les stations sont en ondes permettrait d'élucider la question. Notre étude ne peut malheureusement établir ce rapport. Nous pourrons toutefois, dans les chapitres portant sur l'intérêt pour les contenus et par les fonctions attribuées aux divers médiums, apporter quelques éléments de réflexion.

7. La télévision

Un bref historique des médiums d'information permet de se rendre compte rapidement du caractère envahissant et de l'omniprésence de la télévision au Québec. L'acceptation de ce médium a été unanime et il semble devoir garder la vedette pour quelque temps encore. Nous avons vu dans le rapport-inventaire d'avril 1972 (pp. 49 et 51) que dans toutes les régions on consacrait environ 10 heures de plus chaque semaine à la télévision qu'à la radio. Nous savons également que les pourcentages de foyers possédant un appareil de télévision ont monté en flèche au cours des quinze dernières années pour atteindre un niveau de saturation presque parfait, soit au-delà de 95%. Plusieurs ont acquis un deuxième appareil (tableau 24) et le taux de télévision couleur augmente. Il est présentement de 28% pour l'ensemble du Québec, 14% dans la région 1 et 38% au Saguenay-Lac-St-Jean/Côte-Nord. L'écart est à noter. Ces pourcentages sont légèrement gonflés du fait qu'ils sont calculés sur le nombre de foyers ayant un appareil de télévision.

TABLEAU 24

Télévision et câble

		Régions								
		1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
Nombre d'appareil de TV	N	151	201	280	202	293	192	613	135	2067
Aucun		4	1	4	3	3	1	4	5	3
1		74	67	63	71	72	64	57	61	63
2		19	26	25	21	22	32	31	29	28
3 ou plus		3	5	8	5	3	4	8	5	6
TV couleur	N	141	197	271	196	281	191	590	126	1993
Un ou plus		14	38	28	29	23	34	28	27	28
Câble disponible		17	31	33	56	66	58	70	79	59
Abonnement au câble [1]		24	59	58	82	53	60	20	45	38
Nombre moyen d'appareils TV		(1.2)	(1.3)	(1.4)	(1.3)	(1.3)	(1.4)	(1.4)	(1.3)	(1.4)

Le nombre d'appareils de télévision par foyer serait à peu près le même d'une région à l'autre (1.2 à 1.4). C'est à ce niveau qu'on remarque la plus grande homogénéité entre les régions.

Comme les services des stations locales ne sont pas toujours satisfaisants, on augmente ses choix en s'abonnant à un service de câble lorsque celui-ci est disponible. Le tableau 24 nous indique, en effet, que de l'avis général, la télévision par câble n'est pas toujours disponible dans la localité ou le quartier de résidence. La présence de service et la proportion d'abonnés varient d'une région à l'autre de façon notable. Encore ici la région du Bas-St-Laurent/Gaspésie souligne une situation défavorisée par rapport aux autres régions.

a) Ecoute de la télévision

Le temps consacré à l'écoute de la télévision apparaît au tableau 25.

---

1. Le Bureau de télévision du Canada donnait 27% de foyers avec câble en 1971 pour le Canada tout entier et 23% au Québec.

TABLEAU 25

Distributions pourcentuelles des répondants adultes* de chaque région selon le nombre d'heures consacrées à l'écoute de la télévision par jour

Ecoute	Régions								
	1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
N-	141	197	271	196	281	191	590	126	1993
Moins d'une heure	6	3	11	8	6	3	5	12	7
1 - 3	42	37	34	50	45	39	47	60	47
3 - 5	33	35	29	27	30	33	31	22	29
5 et plus	19	25	16	15	18	24	16	5	16
Moyenne									
hres/jour	3.4	3.7	2.9	3.1	3.2	3.6	3.2	2.5	3.1
hres/semaine	23.8	25.9	20.3	21.7	22.4	25.2	22.4	17.5	21.7

* Ceux à qui il arrive de regarder la télévision.

Dans l'ensemble du Québec on consacrerait en moyenne environ 3.1 heures à la télévision: les régions diffèrent entre elles. Les régions Saguenay-Lac-St-Jean/Côte-Nord et Abitibi-Outaouais seraient vraisemblablement les plus grandes consommatrices, avec 3.7 et 3.6 heures par jour. Comme il s'agit d'une évaluation subjective du temps passé devant le petit écran, il ne faut pas considérer ces chiffres comme absolus. Toutefois, il se rapprochent sensiblement de ceux que présentait l'inventaire. Ainsi, selon les données de l'inventaire, l'écoute quotidienne était, en Gaspésie, de 3.9 contre 3.4 dans la présente étude. Dans les Cantons de l'Est, la moyenne était de 3.7 contre 3.2 dans la présente étude. Ces différences sont assez normales puisque les données ont été recueillies selon des méthodes différentes, à des moments différents, et que les régions comparées ne sont pas tout à fait identiques.

b) Les stations écoutées

Contrairement aux stations de radio, les stations de télévision sont

moins nombreuses et possèdent, grâce aux stations-relais, une structure de rayonnement différente; ce qui permet à chacune d'elles d'atteindre une plus grande clientèle. C'est particulièrement le cas dans une région aussi vaste que celle du Bas-St-Laurent/Gaspésie (voir cartes 1, 2, 3) où trois stations de télévision couvrent l'ensemble du territoire: CHAU-TV de Carleton dans le comté de Bonaventure, CKBL-TV à Matane et CJBR-TV à Rimouski.

Dans la présente étude nous ne cherchions pas à établir la popularité de chacune des stations et à les comparer entre elles. Si tel avait été notre objectif, il nous aurait fallu un échantillonnage différent. Notre échantillon visait surtout les journaux quotidiens et les grands hebdomadaires québécois. Aussi avons-nous exclu les données des régions 1, 2 et 6 puisqu'elles ne sont pas représentatives de ces trois régions. Pour les autres régions l'importance accordée à chacune des stations reflète assez fidèlement la réalité.

TABLEAU 26

Pourcentages des répondants adultes de chaque région qui affirment écouter chacune des stations énumérées

	Régions				
	3	4	5	7F	7A
N-	268	179	282	577	124
CBFT (Mtl)	4	55	55	93	45
CBMT (Mtl)	1	24	33	53	90
CFCF (Mtl)	4	21	36	58	98
CFTM (Mtl)	11	69	71	92	37
CBVT (Qué)	81	8	9	*	1
CFCM (Qué)	92	27	7	*	-
CKMI (Qué)	45	3	2	-	-
CHLT (Sherbrooke)	21	84	89	31	8
CKTM (Trois-Rivières)	25	87	29	9	*

* Moins de 1%

Le tableau 26 nous fait voir les populations touchées par chacune des stations. Il s'agit d'une écoute minimale (une fois par semaine) d'une durée d'au moins 5 minutes. On peut constater le rayonnement des stations dans les diverses populations. CFTM atteint effectivement 92% des francophones de sa propre zone, mais aussi 7 personnes sur 10 dans les deux régions limitrophes (Trois-Rivières et Cantons de l'Est). Si on ne considère que trois régions plus proches l'une de l'autre, soit Montréal, Trois-Rivières et Cantons de l'Est, on obtient le schéma suivant:

	Montréal	Trois-Rivières	Cantons de l'Est	(Québec)
CBFT	93	55	55	4
CBMT	53	24	33	1
CFCF	58	21	36	4
CFTM	92	69	71	11

Ce schéma nous indique la force de pénétration effective des stations de Montréal dans les trois régions. CFTM atteindrait le plus grand nombre "d'étrangers", suivi de CBFT. Les deux stations anglophones réussissent à rejoindre plus de 50% des francophones de la région de Montréal, environ le quart des Trifluviens et le tiers des adultes de l'Estrie. La présence des stations montréalaises à Québec demeure marginale, sauf le cas de CBFT qui présente des émissions par le truchement de CBVT.

Les stations des autres régions ne sont pas sans exercer un certain attrait sur les populations voisines; c'est particulièrement le cas de CHLT qui atteint effectivement 84% de la population de Trois-Rivières, 31% des francophones de Montréal, 21% des adultes de la région de Québec et 8% des anglophones de Montréal. (tableau 26)

Les anglophones de Montréal sont généralement moins à l'écoute des stations francophones que les francophones ne le sont des stations anglaises.

CHAPITRE 5

Evaluation des sources d'information

Dans les chapitres précédents nous nous sommes familiarisés avec la situation de fait que connaissent les diverses régions en matière d'information. Nous verrons dans le présent chapitre comment on évalue l'information reçue et les sujets traités, les préférences quant aux médiums et le degré de satisfaction manifestée à l'endroit des médiums.

1. Evaluation de l'information et médium préféré

Malgré le caractère nécessairement général des réponses que nous voulions susciter, nous trouvions nécessaire d'obtenir au tout début de chaque entrevue une opinion spontanée, une impression d'ensemble sur la qualité de l'information diffusée (tableaux 27 et 28).

Le tableau 27 révèle qu'une forte proportion de la population adulte de chaque région met en question la valeur de l'information reçue. Au moins les deux tiers des répondants de chaque région prétendent que l'information est inexacte, incomplète et censurée. Environ le quart des Québécois la perçoivent comme étant souvent censurée. Près de la moitié de la population pense qu'elle est parfois honnête. On peut croire qu'il s'agit là d'une réserve importante sur l'honnêteté de l'information.

Il s'agit de réserves sérieuses qui nous font croire à la faible crédibilité soit des sources d'information dans leur ensemble soit de certains médiums en particulier. Que ces impressions soient la manifestation de préjugés ou d'observations recueillies et contrôlées, le moins qu'on puisse dire c'est que les spécialistes de la communication et plus précisément de l'information ne peuvent ignorer cet état d'esprit, cette image, s'ils veulent donner à l'information l'impact désiré. Y aurait-il dans la population des perceptions profondément ancrées qui, pour être délogées, devront faire l'objet de savants diagnostics afin de saisir leur dynamique propre? La question nous paraît valable.

TABLEAU 27

Pourcentages des consommateurs adultes de chaque région qui affirment que l'information au jour le jour est souvent ou parfois inexacte, incomplète, censurée, honnête

		Régions								
Information		1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
	N-	138	196	270	195	280	183	583	129	1974
inexacte		73	63	78	79	73	72	76	87	77
incomplète		69	71	77	79	77	77	78	81	77
censurée		78	68	74	66	70	74	70	69	71
souvent		27	28	27	25	24	27	29	22	27
parfois		51	40	47	41	46	47	41	47	44
honnête		92	85	90	84	84	95	80	87	84
souvent		38	43	39	35	41	53	33	37	37
parfois		54	42	51	49	43	42	47	50	47

Quel serait alors le médium le meilleur pour suivre l'actualité? La réponse à cette question ne sera pas complète car nous avons limité le choix des moyens à quatre: les journaux, les revues, la radio et la télévision. Nous donnons les faits (tableau 28) avec cette nuance qu'une question ouverte aurait permis de mieux cerner le problème.

TABLEAU 28

Pourcentages des consommateurs adultes de chaque région qui ont donné leur premier choix à chacun des médiums

		Régions								
1er choix		1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
	N-	138	196	270	195	280	183	583	129	1974
Télévision		69	67	53	50	52	43	48	32	49
Journaux		9	16	26	28	23	21	28	41	27
Radio		25	17	21	22	30	36	25	29	25
Revues		1	2	1	1	*	-	1	1	1

La question précise qui a suscité les réponses résumées au tableau 28 se formulait comme suit: "A votre avis, quel est parmi les suivants, le meilleur moyen dont vous disposez pour suivre les nouvelles et l'actualité en général?" Quel est le 2e importance; le 3e et le 4e?

Pour l'ensemble des Québécois de chaque région, sauf pour les anglophones de la région de Montréal, c'est la télévision qui est perçue comme le meilleur moyen. Les journaux et la radio viennent en 2e ou 3e place selon les régions, et les revues tiennent honorablement la queue. Les journaux occupent la première place chez les anglophones (41%) et la seconde place chez les francophones de Montréal (28%), dans la région de Trois-Rivières (28%) et dans la région de Québec (26%).

En Gaspésie-Bas-St-Laurent, la télévision a la place de choix pour 69%, la radio reçoit le premier choix de 25% des adultes. Les journaux n'obtiennent la première place que chez 9% d'entre eux.

Il faut sans doute croire que les problèmes de diffusion de la presse écrite dans la Région 1 expliquent en grande partie la faible popularité des journaux. Ceux-ci ne relèveraient pas le défi que pose la diffusion de l'information dans cette région. Le même phénomène ressort pour la région 2, soit celle du Saguenay-Lac-St-Jean/Côte Nord. La popularité exceptionnelle de la télévision dans les régions 1 et 2 (69% et 67%) tiendrait sans doute à plusieurs facteurs: qualité de l'information dans chacun des médiums en présence, difficulté d'accès à chacun de ces médiums, niveau éducationnel des populations en cause. Nous comprendrons sans doute un peu mieux ce qui entre en ligne de compte en examinant le degré de satisfaction exprimé à l'endroit de chacun des médiums.

2. Satisfaction à l'endroit des médiums

Dans les paragraphes précédents on a pu constater les réserves qu'entretient la population à l'endroit de l'information. Une impression en apparence contraire se dégage lorsqu'on demande d'exprimer sa satisfaction à l'endroit des divers médiums. En effet, la majorité se dit satisfaite ou très satisfaite. Il faut bien souligner que la contradiction ne peut être qu'apparente puisque malgré un état de satisfaction générale à l'endroit des médiums on met quand même en doute l'exactitude ou l'honnêteté de cette information.

TABLEAU 29

Indice de satisfaction à l'endroit des médiums

	Régions								
	1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
Radio AM	79	71	75	81	79	85	79	84	79
Hebdomadaires	75	73	73	67	75	77	76	74	74
Quotidiens	76	76	72	76	75	80	73	79	73
Télévision	71	69	65	71	75	71	74	78	73
Journaux locaux	76	66	70	79	72	83	72	69	72
Indice Moyen	75	71	71	75	75	79	75	77	74

De toutes les régions, ce sont les régions 2 et 3 qui manifestent le moins de satisfaction à l'endroit de l'ensemble des médiums: indice de 71 contre 77 et 79 dans les régions de Montréal et de l'Abitibi et Outaouais. La radio AM semble donner plus de satisfaction en général que les autres médiums. La position des médiums varie cependant d'une région à l'autre. Le tableau suivant fait ressortir l'ordre de satisfaction des médiums dans chacune des régions.

TABLEAU 30

Ordre de satisfaction manifestée à l'endroit des médiums dans chaque région

	Régions								
	1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
Radio AM	1	3	1	1	1	1	1	1	1
Hebdomadaires	4	2	2	5	3	4	2	4	2
Quotidiens	2.5	1	3	3	3	3	4	2	3.5
Télévision	5	4	5	4	3	5	3	3	3.5
Journaux locaux	2.5	5	4	2	5	2	5	5	5

La radio occupe le premier rang dans toutes les régions sauf une. Les quotidiens occupent une première place et 3 secondes places. Les journaux locaux obtiennent 4 cinquièmes places. Dans les Cantons de l'Est trois médiums semblent satisfaire également la population, ce sont les hebdomadaires, les quotidiens et la télévision.

Le chapitre suivant traitera de l'intérêt des Québécois pour les contenus. Nous y examinerons certains aspects de la satisfaction et de l'insatisfaction actuelle à l'endroit des contenus.

CHAPITRE 6

L'intérêt des Québécois pour les contenus des mass média

Dans ce chapitre nous avons consigné toutes les données se rapportant à l'intérêt de la population pour les sujets traités dans la presse écrite et parlée. Comme il eût été trop long de tenir compte de chaque médium, nous avons voulu savoir lequel avait la préférence des répondants en matière d'information.

1. Dans l'ensemble du Québec

Le tableau 31 présente pour l'ensemble du Québec l'intensité de l'intérêt (beaucoup, assez) pour chaque sujet soumis au jugement des répondants, le médium préféré, et enfin l'ordre de préférence des sujets traités.

Trois sujets, soit les nouvelles locales, provinciales et canadiennes présentent beaucoup ou assez d'intérêt pour 80% ou plus de la population québécoise, les nouvelles internationales viennent au 4e rang. Six sujets reçoivent une cote de 42% à 59%:

médecine et santé	59%
éducation	58%
arts et spectacles	52%
sports	46%
mode	43%
questions féminines	42%

TABLEAU 31

Degré d'intérêt, ordre de l'intérêt à l'endroit des sujets traités, préférence et choix du médium

	Ca m'intéresse beaucoup ou assez %	Ordre de L'intérêt	Préférence des sujets %	médium préféré Radio %	TV %	Quotidiens %
Sport	46	8	17	9	80	9
Questions féminines	42	11	7	9	58	15
Questions financières	27	18	2	10	41	40
Arts et spectacles	53	7	7	5	69	20
Science	33	15	2	4	67	13
Loisirs et divertissement	39	12	1	9	62	20
Vacances et voyages	39	12	2	5	58	25
Nouvelles locales	84	1	11	24	37	15
Nouvelles provinciales	79	3	4	19	57	20
Nouvelles canadiennes	80	2	3	17	59	21
Nouvelles internationales	75	4	7	13	77	6
Editoriaux	46	8	2	13	55	23
Justice (procès)	33	15	1	10	33	44
Education	59	5	5	11	51	27
Syndicalisme	22	24	1	13	42	38
Médecine et santé	59	5	7	9	51	25
Faits divers (mariages, décès)	29	17	1	17	11	54
Mode	43	10	4	-	50	22
Questions religieuses	37	14	3	14	51	22
Astrologie, horoscope	25	20	1	18	18	51
Annonces commerciales	23	22	*	10	32	45
Annonces classées	23	22	*	5	11	63
Bandes dessinées	26	19	1	-	43	42
Mots croisés	25	20	1	-	*	71
Les nouvelles en général*	nil	nil	8	nil	nil	nil

* Catégorie non incluse dans la liste mais donnée spontanément par les répondants

Une troisième catégorie de sujets classés selon le degré d'intérêt qu'ils présentent pour l'ensemble des Québécois se compose comme suit:

loisirs et récréation (divertissement)	39%
vacances et voyages	39%
éditoriaux	38%
questions religieuses	36%
sciences	34%
justice	33%
faits divers	30%

Les sujets qui semblent susciter le moins d'intérêt sont, dans l'ordre:

les bandes dessinées	26%
les mots croisés	25%
les annonces commerciales	23%
les annonces classées	23%
le syndicalisme	22%
les questions financières	17%

Toute mesure du degré d'intérêt reste incomplète si on ne situe la population sur une échelle de fréquence. Celle-ci apparaît dans la colonne 3 du tableau 31. On y lit qu'effectivement les sports constituent le sujet le plus intéressant pour 17% des Québécois. Dans l'ordre, les huit (8) sujets les plus populaires, c'est à dire qui intéressent la plus forte proportion d'adultes, sont:

les sports	17%
les nouvelles locales	11%
les nouvelles en général	8%
les questions féminines	7%
les arts et spectacles	7%
les nouvelles internationales	7%
la médecine et la santé	7%
l'éducation	5%

Les données recueillies suscitent plusieurs commentaires et suggèrent nombre de questions. Le faible intérêt manifesté à l'endroit des questions financières par opposition aux sports ne manque pas de surprendre. L'importance de l'intérêt accordé aux nouvelles quelles qu'elles soient nous porte à nous demander si celles-ci ne sont pas perçues, à toutes fins utiles, comme un sujet de curiosité ou "d'entertainment" au même titre que les sports. Comme pour les sports, on préfère suivre les nouvelles internationales à la télévision (80% et 77%). Pour les nouvelles locales, provinciales et nationales, on semble préférer la télévision également (57% et 59%).

On a pu remarquer dans le tableau 31 l'importance accordée à la télévision comme médium de choix des diverses catégories de contenu; les cinq contenus pour lesquels on préfère la télévision sont, dans l'ordre:

les sports	80%
les nouvelles internationales	77%
les arts et spectacles	69%
les sciences	67%
les loisirs et récréation (divertissements)	62%

La télévision est préférée pour 14 sujets sur 24. Les quotidiens supplantent la télévision pour six sujets, soit:

Faits divers	54% vs 11%
Astrologie/horoscope	51% vs 33%
Justice	44% vs 33%
Annonces commerciales	45% vs 32%
Annonces classées	63% vs 11%
Mots croisés	71% vs moins de 1%

La radio est supplantée par les deux autres médiums pour la majorité des sujets sauf pour les nouvelles locales et internationales où elle supplante les quotidiens.

Les paragraphes précédents ont bien souligné l'intérêt du public adulte pour divers sujets d'actualité. Il arrive cependant que ces sujets ne soient pas suffisamment couverts par les médiums. Aussi avons-nous tenté de connaître cet aspect de l'information qui peut revêtir une certaine importance au chapitre des recommandations. Nous nous sommes limités aux quotidiens et aux hebdomadaires.

Dans le cas des quotidiens, 27% affirment[(1)] qu'on ne parle pas assez d'un sujet d'intérêt particulier. Les sujets les plus fréquemment mentionnés sont les suivants:

la politique	10%
les sports	9%
l'éducation	9%
les nouvelles internationales	7%
les nouvelles en général	6%
les sciences	5%
les questions féminines	5%
les arts et spectacles	5%

(1) Tableaux mécanographiques. Le même répondant pouvait mentionner plus d'un sujet

D'autres sujets apparaissent qui sont mentionnés par moins de 5%.

2. Les sujets qui intéressent les diverses régions

Au risque de donner à cette partie du rapport une longueur un peu ennuyeuse, nous croyons important de fournir une vue d'ensemble des sujets qui intéressent plus particulièrement la population de chaque région et le médium où l'on préfère suivre ces sujets.

a) Intérêt pour les sujets

Le tableau 32 fournit, sous forme de synthèse, le degré d'intérêt que suscitent les vingt-quatre sujets présentés aux répondants.

On observe d'abord que le degré varie d'une région à l'autre et selon le caractère du sujet proposé. Certains sujets intéressent la majorité de la population de toutes les régions. Ce sont les nouvelles à tous les échelons, l'éducation, la médecine et la santé. Dans ce dernier cas, seules les régions des Cantons de l'Est et de l'Abitibi-Outaouais (51%) ne se disent pas en majorité, beaucoup ou assez intéressées.

Le profil des degrés d'intérêt offre d'autres particularités. Ainsi, celui de la région du Bas-Saint-Laurent et de la Gaspésie paraît plus élevé que celui des Cantons de l'Est. Le fait que les gens de la région 1 ont une plus forte tendance à se dire beaucoup ou assez intéressés par les sujets pourrait-il dénoter chez eux une plus grande ouverture à ce qui les entoure, une attitude plus positive à l'endroit de l'information, une réceptivité plus grande? Effectivement, le pourcentage de ceux (Région 1) qui se disent beaucoup ou assez intéressés par les divers sujets est plus élevé que celui de l'ensemble du Québec pour 20 sujets sur 24, alors que dans le cas

TABLEAU 32

Pourcentages des adultes qui manifestent beaucoup ou assez d'intérêt à une liste de sujets traités par les médiums d'information

	Régions								
	N- 1 151	2 200	3 279	4 202	5 291	6 192	7F 609	7A 134	T 2058
Sport	44	38	38	44	40	55	46	50	46
Questions féminines	49	52	44	40	39	36	43	35	42
Questions financières	32	27	28	22	22	26	26	33	27
Arts et spectacles	51	54	57	45	50	45	44	50	53
Science	40	37	34	29	21	21	35	40	33
Loisirs et récréation	47	43	41	28	34	41	39	36	39
Vacances et voyages	37	52	47	29	30	23	43	43	39
Nouvelles locales	91	96	87	82	80	89	79	91	84
Nouvelles provinciales	85	91	85	81	73	82	71	92	79
Nouvelles canadiennes	82	87	83	80	70	80	75	95	80
Nouvelles internationales	77	85	81	74	60	71	69	95	75
Editoriaux	39	49	49	45	37	45	43	59	46
Justice (procès)	43	44	30	22	28	41	33	34	33
Education	68	70	52	50	51	55	58	71	59
Syndicalisme	26	37	27	17	16	15	21	22	22
Médecine et santé	69	59	60	46	52	47	59	68	59
Faits divers (mariages décès)	52	48	33	27	31	34	22	30	29
Mode	45	46	44	38	38	40	45	41	43
Questions religieuses	60	48	42	43	31	29	33	33	37
Astrologie,horoscope	31	30	18	15	23	27	27	26	25
Annonces commerciales	29	18	24	15	18	34	21	26	23
Annonces classées	28	20	23	15	25	25	22	27	23
Bandes dessinées	27	36	24	12	18	28	26	33	26
Mots croisés	28	24	21	13	18	25	29	23	25

des Cantons de l'Est le pourcentage est plus faible que celui du Québec pour 22 sujets sur 24. Le tableau 33 illustre le phénomène pour chaque région.

TABLEAU 33

Nombre de sujets pour lesquels l'intérêt des répondants de chaque région est plus élevé, égal ou moins élevé que celui de l'ensemble du Québec*

Régions	Plus élevé	Egal	Moins élevé
1. Bas-St-Laurent-Gaspésie	20	0	4
2. Saguenay-Lac-St-Jean, Côte-Nord	17	2	5
3. Québec	17	1	6
4. Trois-Rivières	1	2	21
5. Cantons de l'Est	2	0	22
6. Abitibi-Outaouais	10	2	12
7F Montréal francophone	6	5	13
7A Montréal anglophone	17	1	6

* Une seule unité de pourcentage est ici considérée comme suffisante pour établir la différence. Les différences ne sont pas toutes significatives.

La région de Trois-Rivières manifeste un degré d'intérêt analogue à celui de la région des Cantons de l'Est. On pourrait peut-être déceler dans ce phénomène l'indication d'une certaine insatisfaction à l'endroit du traitement des contenus par les médiums de ces deux régions; mais il est peu probable qu'une telle interprétation tienne si on étudie les résultats du tableau 29 sur les indices de satisfaction à l'endroit des médiums. On constate que les deux régions ont un indice comparable à celui de l'ensemble du Québec.

Une dernière observation se dégage du tableau 32; c'est l'écart entre l'intérêt de certaines régions pour l'un ou l'autre des sujets.

b) Les sujets préférés

On a bien vu au tableau 31 que de tous les sujets préférés par l'ensemble des Québécois, le sport occupe la première place (17%) suivi des nouvelles locales (11%) et des nouvelles en général (8%). Le tableau 34 nous fait constater que l'ordre de préférence varie sensiblement d'une région à l'autre. Les sujets pour lesquels cette variation est la plus sensible sont le sport, les questions féminines, les nouvelles locales et internationales, la médecine et la santé. On peut représenter les plus fortes différences comme suit:

Sport R.2 (12%) vs R.6 (23%

Questions féminines R.7A (3%) vs R.4 (12%)

Nouvelles locales R.3 (8%) vs R.5 et 6 (22%)

Nouvelles internationales R.5 (1%) vs R.7A (17%)

Médecine et santé R2 et 7A (3%) vs R.1 (11%)

Les nouvelles en général R.7A (4%) vs R.3 (16%).

Les nouvelles internationales semblent particulièrement appréciées dans les centres urbains et davantage par les anglophones de la région de Montréal. Les nouvelles locales font l'objet d'un premier choix par 22% des gens des Cantons de l'Est et de l'Abitibi-Outaouais et par seulement 8% et 9% des populations de Québec et de Montréal. Il est permis de croire que la nouvelle locale n'a pas la même saveur dans les régions éloignées des grands centres, qu'elle prend parfois une signification très grande pour la vie et la survie de celles-ci.

TABLEAU 34

Pourcentage des répondants qui accordent leur premier choix à chacun des sujets

SUJETS	Régions 1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
	151	289	279	202	291	192	609	134	2058
Sport	13	12	13	19	18	23	19	17	17
Questions féminines	7	9	7	12	7	6	6	3	7
Questions financières	1	3	1	2	2	4	2	4	2
Arts et spectacles	4	7	7	5	5	6	8	9	7
Science	1	3	3	2	2	-	2	3	2
Loisirs et récréation	2	1	2	2	*	2	2	1	1
Vacances et voyages	1	3	2	4	1	2	2	3	2
Nouvelles locales	17	15	8	9	22	22	9	9	11
Nouvelles provinciales	1	5	4	1	6	2	5	5	4
Nouvelles canadiennes	1	1	1	1	2	3	2	7	3
Nouvelles internationales	2	5	9	3	1	3	6	17	7
Editoriaux	2	1	3	5	1	1	2	2	2
Justice (procès)	2	3	1	1	1	-	2	-	1
Education	8	5	6	3	5	2	5	5	5
Syndicalisme	1	1	1	1	*	1	1	-	1
Médecine et santé	11	3	6	5	6	4	9	3	7
Faits divers (mariages décès)	-	-	*	3	2	-	1	1	1
Mode	2	5	4	5	6	1	4	1	4
Questions religieuses	5	1	5	3	2	1	2	1	3
Astrologie, horoscope	-	1	*	1	3	2	1	1	1
Annonces commerciales	-	-	*	1	-	1	-	-	*
Annonces classées	-	-	-	-	*	-	1	-	*
Bandes dessinées	-	1	1	-	-	1	1	2	1
Mots croisés	3	1	1	-	1	-	2	1	1
Les nouvelles en général	13	15	16	12	5	15	5	4	8

* moins de 1%

c) Préférences dans le choix des médiums

Il faudrait ici se rappeler que l'ensemble de la population du Québec préfère suivre l'actualité à la télévision (49%) puis dans les journaux (27%) et à la radio (25%). Ce choix n'est pas le même selon les sujets traités et, comme dans le cas de l'actualité, il diffère parfois de façon importante d'une région à l'autre. Le phénomène dont il est question ici apparaît de façon très nette à la lecture du tableau 35.

Dans ce tableau (35) nous n'avons retenu que trois médiums soit la radio, la télévision et les quotidiens. Les autres (les hebdomadaires, les journaux locaux, les revues québécoises et internationales) sont exclus parce que leur importance est généralement faible, mais nous en ferons mention dans le texte.

Cinq sujets semblent plus compatibles avec la télévision pour une majorité (50% ou plus) de la population de toutes les régions; ce sont:

les sports
les arts et spectacles
les sciences
les loisirs et récréation (divertissements)
les nouvelles internationales.

Deux sujets sont jugés plus compatibles avec la télévision pour une majorité des répondants de toutes les régions sauf une; ce sont:

les vacances et voyages
les nouvelles provinciales

Pour la population de toutes les régions sauf deux, la télévision se prête mieux pour suivre les cinq sujets suivants:

les nouvelles canadiennes
l'éducation
la médecine et la santé

la mode

les questions religieuses.

Le choix de la télévision comme véhicule d'information de 12 sujets sur 24 domine donc de façon générale dans l'ensemble des régions.

La région la plus orientée vers la télévision est décidément celle du Bas-St-Laurent-Gaspésie. La moins orientée vers ce médium est celle de Montréal. On peut également observer que les anglophones de Montréal délaissent plus facilement la télévision en faveur des journaux pour 14 sujets sur 24. Dans les 10 autres cas, c'est la télévision qui à leur premier choix. En Gaspésie la préférence se manifeste comme suit:

Quotidiens:	1 sujet
Télévision:	21 sujets
Radio:	2 sujets.

La figure 1 illustre assez bien le phénomène que nous voulons décrire. L'importance accordée à la télévision par ces 2 groupes est quasi identique pour 2 sujets:

les sports:	81% vs 82%
vacances et voyages	59% vs 54%

Le troisième sujet, mots croisés, à bien peu de rapport avec la télévision et les réponses obtenues peuvent exprimer davantage le désir de voir ce sujet traité de quelque façon. Dans ce cas, il a pu y avoir confusion ou incompréhension du terme.

TABLEAU 35

Pourcentage des répondants* de chaque région qui préfèrent suivre chacun des sujets à la télévision, à la radio et dans les quotidiens

Sujets	Médium	Régions 1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
Sport	R	13	5	9	10	6	13	8	10	9
	TV	81	85	75	77	72	76	82	82	80
	Q	4	7	12	9	15	8	8	7	9
Questions féminines	R	8	1	8	9	12	7	9	17	9
	TV	70	71	60	69	61	70	55	42	58
	Q	7	5	15	9	11	17	16	25	15
Questions financières	R	5	8	11	9	10	10	9	13	10
	TV	69	56	47	49	45	41	36	25	41
	Q	15	25	39	35	39	46	43	49	40
Arts et spectacles	R	2	3	3	4	3	2	5	9	5
	TV	88	81	72	78	77	86	64	55	69
	Q	6	7	22	7	11	13	23	29	20
Science	R	3	4	5	4	5	5	6	-	4
	TV	81	81	68	70	71	73	63	61	67
	Q	8	6	14	4	6	23	15	17	13
Loisirs et divertissements.	R	4	10	6	6	8	15	7	14	9
	TV	83	73	72	80	73	65	50	61	62
	Q	5	7	18	8	13	15	29	15	20
Vacances et voyages	R	7	9	4	4	3	11	5	*	5
	TV	59	71	55	72	69	43	55	54	58
	Q	18	9	33	13	17	38	26	30	25
Nouvelles locales	R	28	35	25	29	30	45	16	23	24
	TV	59	50	46	34	31	41	31	37	37
	Q	3	3	19	12	27	9	14	20	15
Nouvelles provinciales	R	17	20	16	19	22	31	17	22	19
	TV	76	71	62	65	52	50	55	46	57
	Q	3	7	21	13	21	16	24	28	20
Nouvelles canadiennes	R	19	14	16	16	19	30	16	18	17
	TV	74	77	61	71	57	49	57	46	59
	Q	6	7	22	10	19	16	24	31	21
Nouvelles internationales	R	13	12	14	11	17	27	15	13	15
	TV	77	80	64	74	62	54	60	51	62
	Q	6	7	20	11	15	16	21	27	19

* Il s'agit des répondants qui ont exprimé un intérêt (peu, assez ou beaucoup) pour le sujet. Leur nombre varie dans chaque cas (voir tableaux mécanographiques 396 à 442 (chiffres pairs seulement).

TABLEAU 35

Pourcentage des répondants* de chaque région qui préfèrent suivre chacun des sujets à la télévision, à la radio et dans les quotidiens

Sujets	Médium	Régions 1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
Editoriaux	R	13	16	15	13	21	15	16	8	15
	TV	55	47	50	38	31	39	26	16	32
	Q	23	22	33	39	40	41	49	68	45
Justice (procès)	R	9	7	9	8	11	7	12	5	10
	TV	59	39	35	50	36	47	26	27	33
	Q	13	25	45	24	41	42	49	59	44
Education	R	4	11	9	13	8	14	14	5	11
	TV	69	67	56	67	57	55	45	41	51
	Q	10	11	29	11	25	28	29	43	27
Syndicalisme	R	7	17	14	7	11	9	15	11	13
	TV	69	56	47	73	45	29	37	21	42
	Q	17	17	36	19	31	55	40	64	38
Médecine et santé	R	10	9	11	8	10	2	8	8	9
	TV	69	65	52	70	59	65	47	33	51
	Q	6	7	25	6	16	28	29	44	25
Faits divers (mariages, décès)	R	33	37	25	17	15	17	11	5	17
	TV	26	34	11	12	11	8	5	4	11
	Q	7	11	52	51	65	64	60	82	55
Mode	R	1	2	2	2	1	2	*	-	1
	TV	66	62	55	69	55	50	47	30	50
	Q	7	5	24	6	20	31	23	41	22
Questions religieuses	R	20	11	18	15	11	17	13	13	14
	TV	70	72	52	65	61	54	47	24	51
	Q	3	8	22	13	20	26	25	38	22
Astrologie, horoscope	R	31	10	25	24	19	5	20	2	18
	TV	28	35	31	19	19	11	14	11	18
	Q	12	34	35	43	52	78	53	79	52
Annonces commerciales	R	9	11	6	11	12	12	11	7	10
	TV	63	44	43	33	25	42	28	20	32
	Q	10	19	44	39	49	41	45	65	45
Annonces classées	R	6	22	3	9	9	6	3	-	5
	TV	41	25	30	19	5	11	5	2	11
	Q	17	15	59	52	69	76	69	85	64
Bandes dessinées	R	-	-	2	-	-	1	1	-	1
	TV	63	68	46	61	39	47	44	21	43
	Q	14	13	43	33	38	49	38	71	42
Mots croisés	R	-	-	1	-	-	1	-	-	*
	TV	6	4	5	3	3	3	*	3	2
	Q	20	47	66	67	61	82	78	81	71

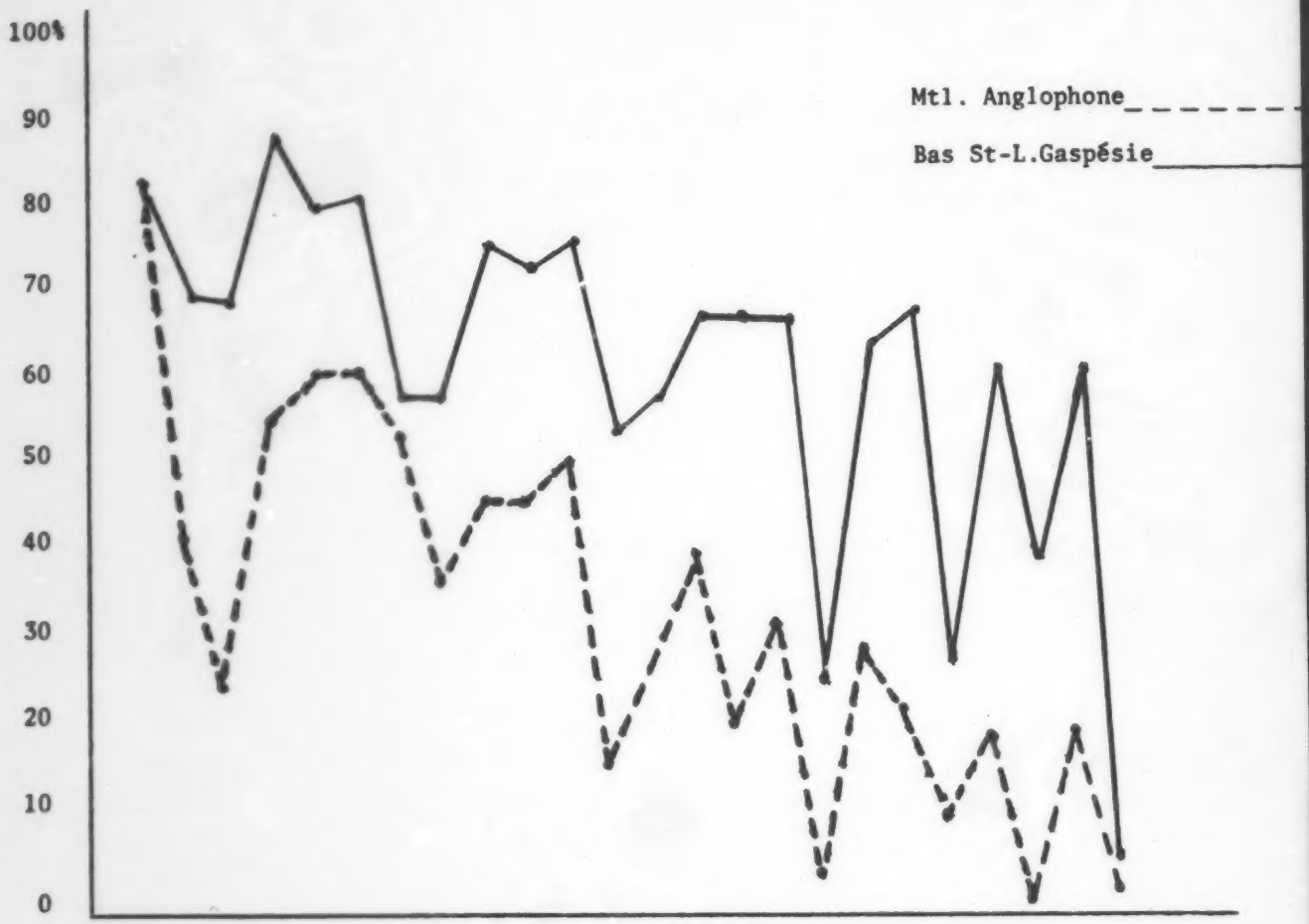


Fig. 1: Importance de la TV pour suivre les sujets d'actualité

Les données du tableau 35 et de la figure suivante pourraient fort bien indiquer, compte tenu de la situation actuelle de l'information et du degré d'intérêt de la population, que certains types de messages peuvent plus facilement atteindre le public du Bas-St-Laurent et de la Gaspésie par le truchement de la télévision. Ce médium semble présenter un attrait très grand dans cette région. D'où l'importance que peut prendre la qualité et sans doute la variété des sources d'information télévisées. Nous prenons cette région comme exemple; nos commentaires pourraient tout aussi bien s'appliquer à la région du Saguenay-Lac-St-Jean/Côte-Nord qui n'a pas de quotidien régional bien identifié à ses problèmes.

D'une certaine façon, la télévision et la radio serviraient dans ces régions certains rôles joués ailleurs par la presse quotidienne. Ces médiums jouent-ils vraiment ces rôles ou ces fonctions? La question reste ouverte.

D'autres médiums font l'objet de préférences pour certains sujets. Nous soulignons ici les sujets pour lesquels ces médiums sont choisis par 5% ou plus de l'ensemble des Québécois.

Les hebdomadaires:	questions féminines	(6%)
	vacances et voyages	(6%)
	justice (procès)	(10%)
	mode	(6%)
	astrologie, horoscope	(9%)
	annonces classées	(5%)
	bandes dessinées	(10%)
	mots croisés	(18%)

Les journaux locaux sont mentionnés dans des proportions importantes

pour:	les nouvelles locales	(22%)
	les annonces classées	(15%)

les faits divers (13%)

les annonces commerciales (8%)

Les revues québécoises sont préférées pour la mode (9%), la médecine et la santé (5%) alors que les revues étrangères sont choisies pour suivre la mode (9%) et pour les questions scientifiques (8%).

Le journal local prend parfois plus d'importance dans la région du Bas-St-Laurent-Gaspésie qu'ailleurs, si l'on en juge par le pourcentage de ceux qui disent préférer suivre divers sujets dans ce médium. Les contenus suivants prennent une certaine importance:

les faits divers 28% en Gaspésie vs 13% au Québec

les annonces classées 21% en Gaspésie vs 15% au Québec

les annonces commerciales 13% en Gaspésie vs 8% au Québec.

L'importance du journal hebdomadaire en Gaspésie et dans le Bas-St-Laurent ressort davantage que celle des journaux locaux. Voici:

	Région 1		Québec
mots croisés	57%	vs	18%
astrologie, horoscope	24%	vs	9%
bandes dessinées	22%	vs	10%
justice (procès)	15%	vs	10%
annonces classées	13%	vs	5%
vacances et voyages	8%	vs	6%
questions féminines	7%	vs	6%
mode	7%	vs	6%
éditoriaux	6%	vs	2%
questions financières	5%	vs	4%
faits divers	5%	vs	4%

Ces quelques observations supplémentaires nous montrent les contenus pour lesquels la population de la région 1 semble se retrouver davantage que celle de l'ensemble du Québec dans ses journaux locaux et les hebdomadaires qu'elle reçoit. Il s'agit de contenus pour la plupart très simples, tels les mots croisés, les bandes dessinées, les questions de justice, les vacances et voyages.

CHAPITRE 7

Les fonctions des médiums d'information

L'objet de ce chapitre n'est pas de fournir une définition théorique de ce que devraient être les fonctions des médiums d'information dans la société en général et pour les individus en particulier. Cette question a été largement traitée dans des textes nombreux et savants[1]. Nous avons plutôt voulu nous en tenir au témoignage ou à l'opinion du Québécois sur le rôle le plus important qu'il donne aux moyens d'information et aux raisons pour lesquelles il affirme consommer les grands médiums d'information.

1- Perception du rôle des moyens d'information dans la société

La question posée se formulait comme suit: "Les moyens d'information peuvent avoir plusieurs rôles dans la société, lequel des quatre (4) rôles suivants vous apparaît le plus important? Eduquer la population, être le porte parole des autorités, distraire la population, être le porte parole et le défenseur des droits des citoyens".

La compréhension de la question était facilitée grâce à une carte sur laquelle étaient inscrits les quatre choix que l'interviewer présentait au répondant. Les données du tableau 36 sont explicites; la priorité va à la fonction d'éducation (61%). La fonction de porte parole et défenseur des droits des citoyens vient en seconde place (21%) mais ce pourcentage varie beaucoup d'une région à l'autre; c'est encore une fois la région du Bas-St-Laurent et de la Gaspésie qui se détache davantage de la moyenne québécoise (31% vs 21%) accompagnée

1. Le lecteur qui ne l'a pas déjà fait pourra prendre connaissance des travaux suivants: Bernard Berelson, B. "What Missing the Newspaper Means" in P. Lazarsfeld and F. Stanton (Ed.) Communication Research 1948-49, Harper, New-York, 1949.
Peterson, T., "Social Responsability Theory in Siebert F., Peterson T, and Schramm, W., Four Theories of the Press, University of Illinois, Chicago, 1963.
Wilbur Schramm: L'information et le développement national, Unesco, 1966.

TABLEAU 36

Distribution pourcentuelle des répondants de chaque région selon l'importance qu'ils accordent à quatre fonctions possibles des moyens d'information

	Régions								
Fonctions	1	22	3	4	5	6	7F	7A	T
N-	151	201	280	202	293	192	612	135	2067
Eduquer	51	58	57	58	59	67	60	78	61
Porte parole et défenseur des citoyens	31	25	21	18	25	23	21	12	21
Porte parole des autorités	10	13	16	12	11	6	10	1	10
Distraire la population	8	5	7	12	6	4	10	9	9

en cela par les anglophones de la région de Montréal qui eux se situent sur l'autre pôle (12% vs 21%). On peut lire par ailleurs que la fonction d'éducation est plus importante chez le groupe anglophone (78%) de Montréal que chez tous les autres groupes des diverses régions (51 à 67%).

La fonction de distraire la population revêt une importance limitée chez l'ensemble des Québécois et dans chacune des régions (12% ou moins).

On s'étonnera sans doute de ne pas retrouver la fonction d'information qui revient généralement dans la littérature sur le sujet. Selon des études que nous avons faites dans le passé cette fonction est très certainement perçue comme la plus importante par une forte majorité. Son exclusion ne visait qu'à mieux dégager l'importance des autres fonctions. La dimension information est d'ailleurs introduite dans les paragraphes qui suivent où l'on donne les raisons personnelles pour lesquelles la population suit l'actualité.

2. Raisons pour lesquelles on suit l'actualité

Nous avons soumis huit raisons possibles pour lesquelles on peut vouloir suivre l'actualité. Ces raisons se résument à trois grandes catégories[1]:

1. Cette classification est donnée dans Public Opinion Quarterly, Winter 1965-66, p. 583.

.raisons d'information: . pour se renseigner
. pour comprendre les évènements importants
. pour se tenir au courant de ce qui se passe

.raisons vicariantes: . pour s'évader des soucis quotidiens
. pour se sentir participer à la vie des autres sans y être présent

.autres raisons: . pour pouvoir discuter avec d'autres personnes
. pour satisfaire sa curiosité
. pour passer le temps.

Le tableau 37 présente les résultats obtenus pour l'actualité. On verra plus loin les raisons qui apparaissent pour chacun des médiums en particulier: les quotidiens, les hebdomadaires, la radio et la télévision.

TABLEAU 37

Indice d'importance des raisons pour lesquelles on suit l'information

Raisons	Régions 1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
A- d'information									
. Se renseigner	63	72	69	72	70	81	71	77	73
. Comprendre les évènements	72	79	84	74	75	80	76	87	79
. Se tenir au courant de ce qui se passe	72	83	86	82	77	87	78	81	81
B- vicariantes									
. S'évader des soucis	22	19	23	24	20	30	22	8	20
. Se sentir participer à la vie des autres	55	54	55	50	53	54	51	44	51
C- autres raisons									
. Pouvoir discuter avec d'autres	56	64	68	61	56	67	58	59	61
. Satisfaire sa curiosité	45	54	55	48	55	62	60	57	56
. Passer le temps	29	30	28	32	29	37	26	21	28

L'indice du tableau 37 est basé sur les réponses de ceux qui ont dit suivre l'actualité beaucoup ou un peu pour chacune des raisons mentionnées à gauche. Nous avons donné le poids 3 à beaucoup et 1 à un peu. L'indice maximum étant cent (100) et l'indice minimum étant zéro (0). Il est évident que les raisons d'information prennent plus d'importance que les autres bien qu'il serait difficile d'affirmer que les autres raisons données correspondent toutes exactement à la réalité. Certaines raisons sont socialement plus difficiles à avouer telles "s'évader des soucis et passer le temps". On peut comprendre alors qu'une minorité seulement avoue suivre l'actualité pour s'évader des soucis quotidiens. Les anglophones de la région de Montréal acceptent plus difficilement de reconnaître cette raison comme partie de leur motivation: 8% l'acceptent contre 20% chez l'ensemble des Québécois, et 30% dans la région Abitibi-Outaouais.

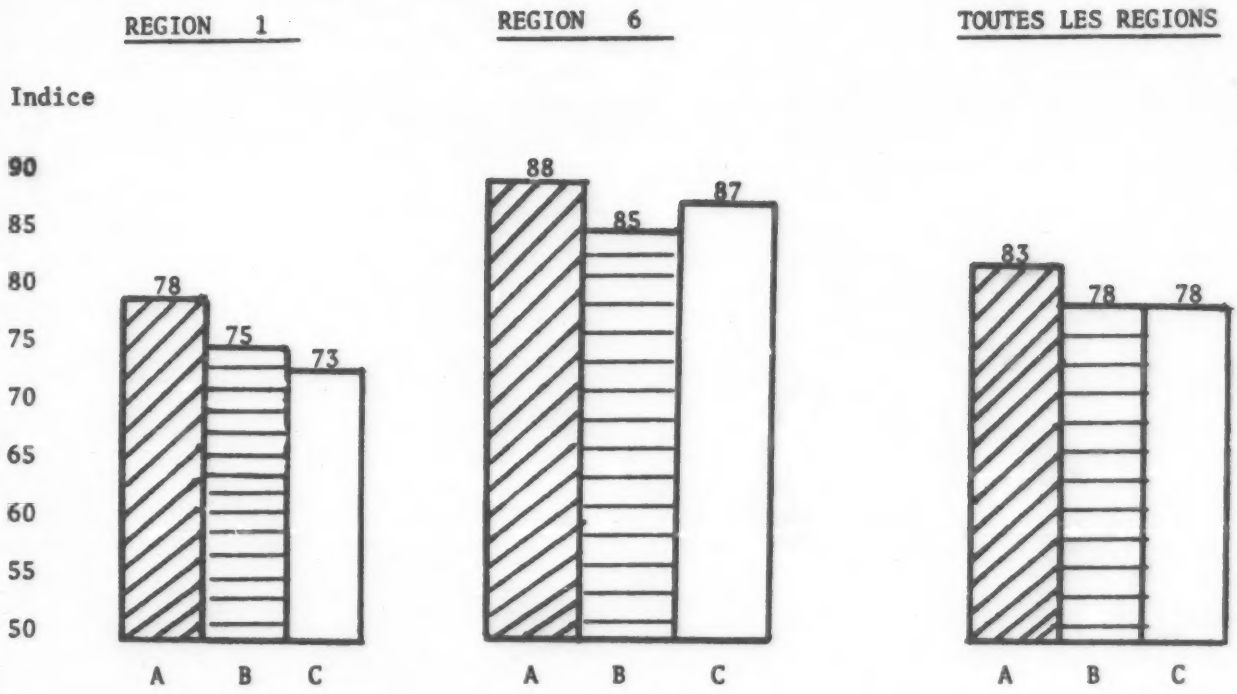
3- Raisons pour lesquelles on consomme les médiums

Les tableaux 38 à 41 donnent l'importance (exprimée sous forme d'indice) des raisons pour lesquelles on avoue lire les quotidiens et les hebdomadaires, écouter la radio et regarder la télévision. Les mêmes raisons présentées pour l'actualité ont été soumises dans le cas des médiums. Nous avons cependant ajouté une raison dans le cas des journaux quotidiens soit " se renseigner pour les ventes, la publicité ou les aubaines; de même pour la radio, nous avons demandé l'importance accordée à la musique de fond.

Conformément à ce que nous disions au début de ce chapitre, la fonction information semble dominer; et ceci dans toutes les régions et pour tous les médiums étudiés: quotidiens, hebdomadaires , télévision et radio.

La fonction d'information n'a toutefois pas la même force d'une région à l'autre. Des profils significativement différents se dégagent d'une région à l'autre selon qu'on considère un médium ou l'autre. Ainsi au tableau 41 les indices d'importance de l'information télévisuelle pour la région du Bas-St-Laurent-Gaspésie sont plus faibles que ceux de l'Abitibi-Outaouais. Ces profils sont présentés de façon visuelle dans l'histogramme 1.

Légende:
A. = Se renseigner
B. = Comprendre les évènements
C. = Se tenir au courant de ce qui se passe



Histogramme 1: Importance des facteurs information pour l'écoute de la télévision dans deux régions.

L'histogramme illustre bien les différences entre les deux régions et également entre l'ensemble des régions et chacune des deux régions. L'explication de ce phénomène demeure cependant difficile si on ne se limite qu'à un examen rapide des profils. Une étude un peu plus attentive des tableaux 38 à 41 nous laisse croire que la population a une tendance constante à mettre plus d'emphase sur l'importance (beaucoup ou un peu) de la majorité des raisons énoncées qu'il s'agisse des raisons d'information ou d'autres raisons. C'est ainsi que la raison "pour s'évader des soucis" a un indice de 38 dans la région 6 contre 28 dans la région 1. Pour tous les médiums les trois profils sont les suivants:

	Profils		
"S'évader des soucis"	Région 1	Région 6	Toutes les régions
télévision	28	38	34
radio	24	34	27
hebdomadaires	26	31	25
quotidiens	20	30	19
"Se renseigner sur les ventes; la publicité ou les aubaines"			
hebdomadaires	28	48	30
quotidiens	27	52	36

On pourrait allonger la liste des raisons pour lesquelles les deux régions se distinguent. Pourquoi ces différences? Et à quel point ont-elles une importance dans l'accueil qu'on peut faire à l'information de toute sorte dans chacune d'elle? Ne s'agit-il là qu'un phénomène de sous-culture dont il serait difficile de tenir compte à toutes fins pratiques? S'agit-il encore d'un phénomène psycho-sociologique d'ouverture, de disponibilité à l'endroit de l'information ou est-ce encore qu'il serait plus facile pour la population de l'Abitibi-Outaouais d'exprimer ses besoins?

Les données recueillies sur l'importance relative des raisons qui amène à lire, écouter ou regarder un médium ou l'autre nous incitent fortement à

croire qu'il existerait une psycho-sociologie de l'information dans chacune des régions du Québec et que nous sommes obligés de constater qu'il n'existe encore aucun système de pensée à ce sujet. Nos informations resteront donc en vrac pour le moment.

TABLEAU 38

Indice d'importance des raisons pour lesquelles on lit les journaux quotidiens

Raisons	Régions 1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
A. d'information									
. se renseigner	81	93	91	85	80	88	84	91	87
. comprendre les évènements	77	81	85	76	78	85	77	84	80
. se tenir au courant de ce qui se passe	78	89	87	81	81	88	82	85	84
. se renseigner sur les ventes, la publicité, les aubaines	27	25	41	27	37	52	33	40	36
B. vicariantes									
. s'évader des soucis	20	18	21	23	19	30	19	9	19
. se sentir participer à la vie des autres	52	55	54	52	55	54	50	40	50
C. autres raisons									
. pouvoir discuter	52	59	60	54	52	64	53	64	57
. satisfaire sa curiosité	52	58	55	50	55	61	60	66	59
. passer le temps	21	30	28	28	30	35	23	17	24

TABLEAU 39

Indice d'importance des raisons pour lesquelles on lit les hebdomadaires

Raisons	Régions 1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
A. d'information									
. se renseigner	76	79	79	83	74	91	78	76	78
. comprendre les évènements	73	69	73	69	70	81	71	65	71
. se tenir au courant de ce qui se passe	73	70	72	67	71	85	75	70	72
. se renseigner sur les ventes, la publicité	28	24	32	25	31	48	30	25	30
B. vicariantes									
. s'évader des soucis	26	25	26	31	25	31	26	10	25
. se sentir participer à la vie des autres	52	45	46	39	46	53	48	34	46
C. autres raisons									
. pouvoir discuter	56	59	61	60	52	69	60	54	59
. satisfaire sa curiosité	55	56	59	51	55	61	64	52	60
. passer le temps	31	43	37	37	35	37	37	29	37

TABLEAU 40

Indice d'importance des raisons pour lesquelles on écoute la radio

Raisons	Régions 1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
A. d'information									
. se renseigner	76	78	81	76	68	89	73	82	77
. comprendre les évènements	71	74	80	75	66	82	67	76	71
. se tenir au courant de ce qui se passe	73	77	83	74	69	87	72	84	76
B. vicariantes									
. s'évader des soucis	24	28	25	29	30	34	33	20	27
. se sentir participer à la vie des autres	48	46	46	38	46	52	43	33	43
C. autres raisons									
. pouvoir discuter	54	57	62	51	48	67	50	58	54
. satisfaire sa curiosité	53	48	53	40	48	62	60	59	56
. passer le temps	36	43	38	41	41	43	47	30	42
. faire une musique de fond	35	50	49	65	59	56	52	53	53

TABLEAU 41

Indice d'importance des raisons pour lesquelles on regarde la télévision

Raisons	Régions 1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
A. d'information									
. se renseigner	78	89	88	83	77	88	83	79	83
. comprendre les évènements	75	84	84	77	70	85	75	78	78
. se tenir au courant de se qui se passe	73	80	83	77	71	87	78	76	78
B. vicariantes									
. s'évader des soucis	28	38	34	34	31	38	38	22	34
. se sentir participer à la vie des autres	54	55	53	41	48	52	50	43	50
C. autres raisons									
. pouvoir discuter	62	67	70	60	53	64	62	62	62
. satisfaire sa curiosité	57	59	58	51	57	62	68	60	62
. passer le temps	43	48	46	44	48	44	55	39	49

4. Importance relative des médiums selon les fonctions

Dans le chapitre sur les contenus désirés du public et le médium préféré pour suivre ces contenus ou sujets, nous avons pu constater l'importance majeure de la télévision dans la majorité des cas. Ici on peut mieux voir ou peut-être mieux nuancer le rôle de ce médium par rapport aux autres sous l'angle des fonctions auxquelles on l'associe davantage. Ce phénomène est illustré dans le tableau 42.

TABLEAU 42

Indice d'importance accordée à certaines fonctions (raisons pour lesquelles on consomme) de quatre médiums chez l'ensemble des Québécois et rang

Fonctions	Médiums							
	Quotidiens		Hebdos		Radio		Télévision	
	ind.	rang	ind.	rang	ind.	rang	ind.	rang
se renseigner	87	(1)	78	(1)	77	(1)	83	(1)
comprendre les évènements importants	80	(3)	71	(3)	71	(3)	78	(2)
se tenir au courant	84	(2)	72	(2)	76	(2)	78	(2)
s'évader des soucis quotidiens	19	(8)	25	(8)	27	(8)	34	(8)
participer à la vie des autres	50	(6)	46	(6)	43	(6)	50	(6)
pouvoir discuter avec d'autres	57	(5)	59	(5)	54	(5)	62	(4)
satisfaire sa curiosité	59	(4)	60	(4)	56	(4)	62	(4)
passer le temps	24	(7)	37	(7)	42	(7)	49	(7)

Pour tous les médiums l'ordre d'importance des fonctions pourrait être le suivant:

	Indice	
	minimum	maximum
1. se renseigner	77	87
2. se tenir au courant de ce qui se passe	72	84
3. comprendre les évènements importants	71	80
4. satisfaire sa curiosité	56	62
5. pouvoir discuter avec d'autres personnes	54	62
6. se sentir participer à la vie des autres	43	50
7. passer le temps	24	49
8. s'évader des soucis quotidiens	19	34

On voit que la fonction d'information prime, et de beaucoup, pour tous les médiums. L'écart est faible entre les médiums, et dans les trois cas (se renseigner, se tenir au courant, comprendre les évènements) ce sont les quotidiens qui obtiennent le plus fort indice d'importance. Il serait possible d'associer la raison "satisfaire sa curiosité" qui vient en 4e position à une fonction d'in-

formation de sorte que nous compterions quatre raisons sur huit fortement associées au désir ou besoin d'information. Dans ce cas également, l'écart entre les indices varie peu d'un médium à l'autre.

On peut consommer un médium pour pouvoir discuter avec d'autres personnes. C'est la cinquième raison en importance. Comme les quatre premières elle revêt un caractère intellectuel en ce sens qu'il s'agit de pouvoir discuter, activité souvent liée à un besoin de comprendre ce qui se passe. Il se dégage donc de cette classification que les cinq premières fonctions des médiums seraient selon le témoignage des répondants québécois d'ordre intellectuel et en cela le rôle des médiums ne diffère que légèrement entre eux.

C'est au plan des fonctions plutôt affectives que les médiums se différencieraient le plus fortement. Nous associons les deux raisons suivantes à des fonctions plutôt affectives:

1. s'évader des soucis quotidiens
2. passer le temps.

Dans ces deux cas c'est la télévision qui revêt le plus d'importance et les journaux le moins, 49 vs 24 dans le 1er et 34 vs 19 dans le second. La radio obtient la 2e place, les hebdos la 3e.

Une étude plus poussée nous permettrait sans doute d'asseoir nos observations sur des données plus diversifiées et surtout plus ad hoc. Nous croyons toutefois pouvoir formuler l'hypothèse que de tous les médiums les journaux seraient davantage associés à des fonctions de connaissance, la télévision jouerait également un rôle prépondérant à ce niveau et de plus elle serait plus apte que les journaux à satisfaire des besoins psycho-affectifs. C'est sans doute l'une des nombreuses raisons de son succès dans notre société.

CHAPITRE 8

La participation du public à l'information

Les rapports qui existent entre les citoyens et les communications de masse sont nombreux. Il y a d'abord et avant tout le fait que la majorité prend contact avec les évènements, les idées et les hommes en lisant les imprimés, écoutant la radio ou en regardant la télévision. Ce contact est plus ou moins passif selon les cas.

Des citoyens participent encore aux contenus des mass média dans des interviews, sur des panels radiodiffusés ou télédiffusés. Un inventaire systématique de ce phénomène nous indiquerait sûrement l'éventail professionnel ou occupationnel de cette participation. On pourrait alors voir à quel point les médiums des diverses régions font appel aux ressources régionales dans leur "effort" pour refléter soit les idées, soit les arts ou soit les activités de toutes sortes.

On comprendra qu'il n'était pas possible dans le cadre d'une étude par interview d'examiner tous ces aspects de la participation. Nous nous sommes limités bien sûr d'une part à l'étude des comportements de consommation dont les résultats ont été rapportés au chapitre 4 et à quelques autres aspects plus modestes mais qui peuvent nous indiquer une certaine forme d'engagement face à l'information. Dans cet optique nous rapportons la fréquence des discussions de certaines questions d'actualité avec parents et amis, la participation à des colloques ou discussions publiques portant sur des questions d'actualité, les lettres expédiées aux journaux et les appels faits pour exprimer une opinion ou un point de vue sur une question d'actualité.

1- Discussion de certaines questions d'actualité

Un peu moins du tiers (31%) des Québécois discutent souvent de questions d'actualité avec parents ou amis. Cette proportion est de 39% chez les an-

glophones de la région de Montréal et de 22% dans la région de Trois-Rivières.

Dans toutes les régions (tableau 43) on observe qu'environ les deux tiers ou plus de la population discutent quelques fois ou souvent des questions d'actualité. L'écart le plus grand est celui entre la région de Trois-Rivières (64%) et celle du Saguenay Lac St-Jean/Côte Nord (81%).

TABLEAU 43

Distributions pourcentuelles des répondants de chaque région selon la fréquence des discussions sur des questions d'actualité

	Régions								
	1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
N-	151	201	280	202	293	192	613	135	2067
Fréquence									
Souvent	24	33	27	22	26	27	33	39	31
Quelquefois	46	48	47	42	41	50	40	34	42
Rarement	18	13	15	22	23	17	17	15	17
Jamais	12	5	10	13	10	6	10	13	10

Il faudrait plus d'informations pour établir la signification précise du fait qu'environ le quart de la population québécoise ne discute que rarement ou jamais des questions d'actualité. Est-ce par apathie? Est-ce parce qu'on n'a tout simplement par compris la question? Ou encore est-ce qu'on n'a pas voulu s'impliquer davantage dans une entrevue qui durait déjà depuis près d'une heure par crainte de ne pas la prolonger?

2- Participation à un colloque ou à des discussions publiques

Cette forme de participation qu'est celle de se rendre à un colloque ou à une discussion publique reflète un engagement social sans aucun doute plus significatif que celui de discuter avec son entourage immédiat. Treize (13) pourcent des Québécois se sont déjà engagés dans ce genre d'activité. C'est relativement peu si l'on songe au nombre de comités d'école et d'organismes bénévoles de tout genre au Québec. Les différences observées d'une région à l'autre ne sont que le fait du hasard, elles ne sont pas significatives.(tableau 44)

3- Lettres aux journaux et appels téléphoniques

Le Tableau 44 nous donne le pourcentage de personnes qui avouent avoir déjà communiqué avec un médium soit par lettre soit par téléphone. Plus précisément il s'agit de lettres écrites aux journaux et d'appels faits à la radio pour exprimer une opinion sur une question d'actualité.

Les anglophones de Montréal sont définitivement ceux qui écrivent le plus (dans une plus forte proportion) aux journaux pour exprimer leurs opinions sur des questions d'actualité (16%) alors dans toutes les régions y compris celle de Montréal francophone le pourcentage de ceux qui écrivent ainsi varie de 3% à 7%.

Plusieurs facteurs peuvent être liés à cette forme de participation chez les anglophones. Il y a d'abord leur niveau d'instruction qui est le plus élevé, leur connaissance de l'actualité qui est également élevée.
A cela on peut ajouter l'importance que les anglophones accordent aux journaux quotidiens qui,nous l'avons déjà vu,est de beaucoup plus forte que pour tout autre population au Québec.

Du côté des appels téléphoniques à la radio la population la plus active est celle des francophones de la région de Montréal (9%).

TABLEAU 44

Pourcentages des répondants de chaque région participant à diverses activités

	REGIONS								
Activité	1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
N-	151	201	280	202	293	192	613	135	2067
1- Colloque/discussions publiques	17	17	14	14	15	16	13	6	13
2- Ecrire aux journaux	7	5	7	5	3	5	7	16	7
3- Appel à la radio	3	5	4	5	5	8	9	3	7

CHAPITRE 9

Liberté de presse et phénomène de concentration

Le présent chapitre traite de deux sujets qui ont un certain lien entre eux. Il s'agit des opinions des diverses régions à l'endroit de la liberté d'expression des journaux et du phénomène de la concentration de propriété.

On se souvient de l'image que nous ont donnée les Québécois de l'exactitude, de l'honnêteté et de la censure de l'information reçue au jour le jour. Cette image reflétait des opinions plutôt négatives. Nous n'avions toutefois pas établi de relations avec les structures de propriété des média ni avec les impératifs socio-politiques qui à un moment donné ou l'autre pourraient les contraindre à poser des gestes s'écartant des grands principes de la presse écrite ou parlée.

Dans les pages qui suivent, nous traiterons de la perception qu'ont nos informateurs des diverses régions, de la liberté des moyens d'information au Québec; en quoi ceux-ci ont trop ou pas assez de liberté et qui restreint leur liberté. Nous établirons, également la liste des sujets sur lesquels on pense que les moyens d'information n'auraient pas toute la liberté de dire ce qu'ils ont à dire. Dans une seconde partie nous examinerons les opinions relatives au phénomène de la concentration de propriété.

1. La liberté d'expression des moyens d'information

La majorité de la population du Québec (58%) croit que les moyens d'information ont "juste assez" de liberté de dire ce qu'ils ont à dire. Le plus faible et le plus fort se situent dans la région de Montréal, chez les francophones (53%) et chez les anglophones (67%). Quant à ceux qui pensent que les moyens d'information n'ont pas assez de liberté ou trop de liberté, ils représentent 26% et 8% de l'ensemble des Québécois; 8% ont affirmé ne pas le savoir. Dans toutes les régions on observe une plus forte proportion de personnes qui considèrent que les moyens d'information n'ont pas assez de liberté comparativement à la proportion

de celles qui voient trop de liberté. L'écart entre les deux pourcentages apparaît au tableau 45.

TABLEAU 45

Pourcentages de ceux qui prétendent que les moyens d'information ont trop ou pas assez de liberté d'expression

Région	N	Trop de liberté	Pas assez de liberté
Total	2067	8%	26%
1. Bas-St-Laurent/Gaspésie	151	14	19
2. Saguenay-Lac-St-Jean/Côte Nord	201	4	27
3. Québec	280	7	29
4. Trois-Rivières	202	5	26
5. Cantons de l'Est	293	7	23
6. Abitibi-Outaouais	192	3	20
7F Montréal francophone	613	10	30
7A Montréal anglophone	135	8	17

Le sentiment que les moyens d'information au Québec ont trop de liberté s'appuie sur un nombre limité de raisons précises: les mieux formulées ont été les suivantes:

"Ils disent des choses qui sont pas toujours vraies, surtout pour les artistes"

"L'affaire Laporte, c'était devenu du théâtre, on essaie d'avoir la vedette"

"Les plus nationalistes disent trop de choses qu'ils ne devraient pas dire"

"Ils disent tout ce qu'ils veulent sur la politique et la prostitution. Y a bien de la cochonnerie"

"Trop de liberté sur tout. Ce qui fait que l'autorité n'est pas respectée"

"Dans certaines émissions de télé, des images trop osées"

"Y a des nouvelles qu'ils n'ont pas à dire, telles que détournement d'avion, drogue"

"Ils aiment parler pour rien comme la prison St-Vincent-de-Paul, etc"

"Toute vérité n'est pas bonne à dire"

"Renseignent trop les jeunes avant l'âge voulu, côté crime et côté sexe, sur les vols et les suicides".

Les exemples cités ont été tirés au hasard de l'ensemble des réponses. On peut y dégager certaines tendances au contrôle ou à la censure des idées et des moeurs: "les nationalistes disent trop de choses", "y a bien de la cochonnerie". On voudrait, semble-t-il, pouvoir censurer les nouvelles sur le crime, la sexualité, les vols, les suicides, les détournements d'avion, la drogue et encore les images trop osées à la télé.

Encore une fois, il s'agit là d'interdits ou d'images de censure que quelques Québécois seulement formulent avec précision.

Par contre, plus du quart des Québécois (26%) revendiquent une plus grande liberté d'expression. Ce pourcentage prend une certaine importance car il est en relation avec certaines opinions émises sur l'existence d'une information censurée au Québec (Question 5). Les commentaires sur ce qui fait croire aux Québécois que les moyens d'information n'ont pas assez de liberté sont nombreux et parfois assez éloquents. Qu'il nous suffise d'en présenter quelques exemples.

"On ne sait pas ce qui se passe. La liberté de presse n'existe pas. Au moindre faux pas y a des réprimandes. On a peur de dire la vérité"

"Je trouve que c'est trop censuré. Ils disent ce qui fait leur affaire. Y a jamais moyen de savoir la vérité"

"S'ils en disent trop, ils seront interdits"

"On dirait qu'ils ont peur de parler"

"On se surveille sur les mots"

"Ils n'ont pas les renseignements désirés"

"L'interviewer n'a pas le droit de poser toutes les questions qu'il veut. Elles sont préparées d'avance"

"On nous renseigne en vitesse sans aller au fond des choses"

"Les journalistes agissent d'après les chefs gouvernementaux".

A ces exemples il faudrait ajouter ceux où il est question de politique. En d'autres termes, une forte proportion de ceux qui prétendent qu'il n'y a pas

assez de liberté font mention de la politique et du gouvernement lorsqu'ils sont appelés à préciser en quoi les moyens d'information sont limités dans leurs activités. Il faut donc croire que ce qui touche aux questions gouvernementales et politiques fait l'objet d'un contrôle plus rigoureux et que la population se sent quelque peu lésée dans son droit à l'information sur ces questions. Il y a là de quoi réfléchir si l'on tient compte que le gouvernement est souvent mentionné comme principal agent dans la limitation de la liberté des moyens d'information. Le gouvernement n'est toutefois pas le seul mentionné, on parle également du rôle joué par les propriétaires des stations, les têtes dirigeantes, la justice, les capitalistes, la haute finance; il s'agit d'environ trois mentions sur dix.

Quant aux sujets pour lesquels les moyens d'information n'auraient pas toute la liberté de dire ce qu'ils ont à dire nous les classifions en deux grandes catégories: ceux qui ont été mentionnés spontanément et ceux qui ont été mentionnés sur présentation d'une liste.

Sujets mentionnés spontanément.

Tout d'abord précisons que 37% des Québécois affirment qu'il existe des sujets sur lesquels les moyens d'information n'auraient pas toute leur liberté de dire ce qu'ils ont à dire. Le pourcentage varie d'une région à l'autre, tel qu'on peut le voir au tableau 46.

TABLEAU 46

Pourcentages des répondants de chaque région qui pensent que les moyens d'information n'auraient pas toute leur liberté

Région	N	%
1. Bas-St-Laurent/Gaspésie	147	31
2. Saguenay-Lac-St-Jean/Côte Nord	194	38
3. Québec	278	37
4. Trois-Rivières	201	30
5. Cantons de l'Est	290	38
6. Abitibi-Outaouais	188	28
7F Montréal francophone	593	43
7A Montréal anglophone	131	29
TOTAL	2022	37

Encore ici c'est le politique qui apparaît comme le sujet le plus interdit ou le plus censuré aux yeux des Québécois qui croient qu'il existe des sujets sur lesquels les moyens d'information n'auraient pas toute leur liberté. La question posée était la suivante: "Y a-t-il des sujets sur lesquels les moyens d'information n'auraient pas toute leur liberté de dire ce qu'ils ont à dire?" Les trois sujets les plus importants furent consignés. Les pourcentages du tableau 47 représentent donc la somme des mentions de chaque sujet que ce soit en première, deuxième ou troisième place.

TABLEAU 47

Pourcentage des personnes qui ont affirmé que les moyens d'information n'ont pas toute liberté d'expression sur certains sujets - Expression spontanée - Ensemble du Québec (N-724)

Sujet	Pourcentage
La politique	39
La justice	15
Syndicalisme	9
Les nouvelles d'actualité en général	4
Les questions financières	3
L'éducation	3
Les faits divers (mariages, décès)	2
Les nouvelles internationales	2
Médecine et santé	2
Le sport	1
Arts et spectacles	1
Science	1
Nouvelles locales	1
Nouvelles provinciales	1
Nouvelles canadiennes	1

Le tableau 46 semble nous confirmer que le domaine politique constitue dans l'esprit d'une minorité (39% de ceux qui au départ pensent que certains sujets sont à toutes fins pratiques censurés d'une façon ou d'une autre et 23% de l'ensemble des Québécois) le secteur le plus contrôlé du point de vue information. Il s'agit là en effet d'un phénomène qui prête à de nombreux commentaires ou à des questions précises. Limitons-nous aux questions. S'agit-il là d'un phénomène normal, c'est-à-dire que la politique par son caractère même se prête à ce genre de perception? Y aurait-il dans nos moeurs politiques des évènements qui ont contribué à laisser croire à la population qu'il y a contrôle et parfois même connivence entre les moyens d'information et la politique? Quelle que soit la réponse à ces questions, une action s'impose, si les moyens d'information désirent refaire leur crédibilité auprès d'environ le quart des Québécois.

Sujets présentés aux interviewés.

Le pré-test nous avait déjà sensibilisés relativement à quelques sujets, personnes ou groupes pour lesquels les moyens d'information pouvaient ne pas tout dire ou, plus précisément, sur lesquels ils n'ont pas, de l'avis des Québécois, toute liberté de dire ce qu'ils veulent. Nous avons choisi de présenter aux interviewés les sujets et les hommes politiques, le syndicalisme et les chefs syndicaux, les hommes d'affaires, les ouvriers, les professionnels, le système judiciaire et les produits pharmaceutiques. Cette liste correspond à la plupart des secteurs dont il a été fait mention de façon spontanée. Le tableau 48 présente chacun des secteurs et des groupes sur lesquels l'ensemble des interviewés ont exprimé leur opinion.

TABLEAU 48

Pourcentages des répondants de chaque région qui sont d'avis que les moyens d'information au Québec ont toute liberté de dire ce qu'ils veulent sur des secteurs ou groupes particuliers

	N	Région								
SUJETS/GROUPES		1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
Sujets politiques	2051	40	42	39	43	41	53	44	58	45
Hommes politiques	2052	33	42	42	45	44	53	44	61	46
Le syndicalisme	2051	34	49	43	40	43	54	47	57	47
Les chefs syndicaux	2048	34	44	43	43	42	52	49	57	47
Les hommes d'affaire	2053	29	44	41	44	41	51	45	64	46
Les ouvriers	2053	34	49	47	41	49	42	54	61	51
Les professionnels	2053	36	47	47	47	43	52	50	63	50
Le système judiciaire	2051	27	37	34	37	33	45	38	55	39
Les produits pharmaceutiques	2052	29	37	41	36	37	46	40	57	42

Pour sept (7) sujets ou groupes sur neuf (9) moins de la moitié des Québécois croient que les moyens d'information ont toute liberté de dire ce qu'ils veulent dire: les autres croient le contraire ou n'ont pas d'opinion. Le pourcentage des "sans opinion" est d'environ 15% pour les neuf sujets et varie de 12% à 17% selon le sujet. Il s'agit des pourcentages pour l'ensemble des Québécois. La variation est beaucoup plus forte dans chaque région (tableaux annexe).

L'examen global des résultats nous laisse croire que la liberté dont peuvent disposer ou dont disposent effectivement les moyens d'information n'est pas un fait acquis chez les Québécois. Lorsque l'on examine les opinions dans chaque région la même impression s'impose. Nous observons toutefois des différences entre certaines régions qui nous obligent à nous demander où se trouve le problème, est-ce dans les médiums ou est-ce dans les perceptions acquises dans les populations régionales. Les anglophones de Montréal on le sait, lisent surtout leurs propres journaux et de façon générale, ils ont une perception plus positive

concernant la liberté des moyens d'information que les citoyens de chacune des autres régions. Les plus faibles pourcentages de personnes ayant une perception positive se trouvent dans le Bas-St-Laurent/Gaspésie. Faut-il penser que les perceptions de la population de cette région reposent en bonne partie sur des expériences plutôt négatives reçues dans le passé? Aurait-on été déçu du rôle joué par les moyens d'information dans le cadre du projet du BAEQ ou s'agit-il d'expériences antérieures ou encore des deux facteurs auquels s'ajouterait une force de scepticisme général face à toute cette question de la liberté d'expression? A des questions aussi complexes on ne pourrait encore répondre que par des généralités.

2. Le phénomène de concentration des média

La concentration des média constitue un univers de préoccupations qui a fait l'objet d'un nombre assez considérable de travaux de tous ordres. Le CRTC a depuis quelque temps inscrit cette question à la liste de ses préoccupations; plusieurs études canadiennes dont celles conduites par le comité Fowler et la Commission d'enquête sur le bilinguisme et le biculturalisme ont tenté d'examiner les implications du phénomène de concentration des média sur la qualité des services d'une part et sur le droit à une information variée, à des choix dans les opinions[1].

Un sondage s'adressant à l'ensemble de la population ne pouvait, on en conviendra, pousser la compréhension de ce phénomène en profondeur. Nous ne voulions, à toute fin utile, ne prendre que le pouls de la population pour établir si elle était consciente du phénomène et pour la portion de celle qui l'était lui demander si elle croyait que la concentration pouvait affecter la qualité de l'information (nuire ou aider).

---

1. Le rapport de Jacques Dèguise dans le cadre des études du BAEQ constitue un des premiers efforts sérieux sur la question dans le contexte québécois.

La première démarche auprès des interlocuteurs fut de leur dire en substance que "il existe présentement des propriétaires qui possèdent soit deux journaux quotidiens ou plus soit deux stations de radio ou de télévision. On dit alors que ces moyens d'information sont concentrés dans les mêmes mains". Puis on posait la question "Avez-vous déjà entendu parler de ce phénomène de concentration?" Le tableau 49 nous donne le taux de ceux qui ont affirmé en avoir entendu parler. Il s'agit donc d'un strict minimum. Nous n'avons pas établi ce qu'ils comprenaient du phénomène ni leurs sources d'information.

Un peu plus du quart (28%) de l'ensemble des Québécois disent avoir entendu parler de la question.

TABLEAU 49

Pourcentages des répondants de chaque région qui disent avoir entendu parler du phénomène de la concentration des médiums

Région	N	En ont entendu parler
1. Bas-St-Laurent/Gaspésie	150	17
2. Saguenay-Lac-St-Jean/Côte Nord	201	17
3. Québec	279	22
4. Trois-Rivières	202	29
5. Cantons de l'Est	293	23
6. Abitibi-Outaouais	192	25
7F Montréal francophone	604	29
7A Montréal anglophone	134	45
TOTAL	2055	28

Deux régions semblent moins informés sur le sujet. Ce sont les régions 1 et 2: 17% en ont entendu parler, alors que chez les anglophones de Montréal 45% disent en avoir entendu parler.

Pour obtenir le sentiment de la population sur l'effet possible de la concentration des médiums dans les mains d'un même propriétaire nous leur posions la question suivante: "Le fait qu'une ou plusieurs personnes soient propriétaires de plusieurs moyens d'information (2 journaux ou plus, radio et télévision) peut-il nuire ou aider à la qualité des informations ou est-ce indifférent?" Les réponses possibles étaient: ça peut nuire, ça peut aider, ça peut nuire et aider, c'est indifférent; on pouvait également ne pas être en mesure d'exprimer une opinion. Le tableau 50 présente les réponses recueillies auprès de ceux qui ont affirmé avoir entendu parler du phénomène. Nous présenterons plus loin les raisons qui ont été évoquées en rapport avec les opinions émises.

TABLEAU 50

Distributions pourcentuelles des répondants ayant émis une opinion par rapport à l'effet de la concentration sur la qualité des informations

	Région								
OPINION	1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
N-	25	35	57	58	66	49	155	58	503
Peut nuire	68	47	56	47	51	29	53	57	51
Peut aider	8	23	16	12	14	47	17	10	18
Peut aider et nuire	8	26	7	14	15	14	12	21	14
C'est indifférent	16	3	17	24	18	6	13	9	14
Ne sait pas	-	-	3	3	1	4	5	3	3
TOTAL	100	99	99	100	99	99	100	99	100

C'est la moitié (51%) des Québécois qui croient aux effets négatifs de la concentration. 18% croient à des effets positifs alors que 14% ont des réponses partagées (peut aider et peut nuire). Enfin 14% prétendent qu'il est indifférent qu'il y ait concentration ou non sur la liberté d'expression et 3% n'expriment aucune opinion.

Les tendances décrites plus haut sont dans la même direction pour chacune des régions sauf celle d'Abitibi-Outaouais. Ce groupe a plutôt tendance à penser (47%) que la concentration peut aider les moyens d'information à dire ce qu'ils veulent dire. Il s'agit là d'un phénomène qu'il est assez difficile d'expliquer car l'opinion de cette région va à l'opposé de celle des autres et aucune indication interne aux réponses obtenues ne nous permet d'émettre une hypothèse explicative du contrôle financier et administratif des moyens d'information. Il y a donc dans la population des échos précis de cette préoccupation qui se rattache au contexte de notre démocratie.

La concentration peut aider

Beaucoup moins nombreux sont ceux qui ont soutenu cette position. Les raisons qu'ils ont formulées pourraient se résumer dans les termes suivants: en étant plus gros, et en ayant plus de moyens à leur disposition les propriétaires des médiums peuvent donner des informations plus intéressantes sur plus de sujets. Un répondant exprime l'opinion que la concentration peut favoriser "l'impartialité". D'autres informateurs semblent plus nuancés car ils voient les deux facettes de la concentration: la positive et la négative. Mais il leur a été impossible de préciser davantage leur point de vue. Une seule personne précise que la concentration peut favoriser la compétence mais par ailleurs grossier les erreurs lorsqu'elles se présentent..

L'examen des raisons qui ont été données pour préciser le sens des opinions émises a été conduit sur soixante-quinze cas. Voici comment elles se formulent dans chaque cas.

La concentration peut nuire

On est d'avis que la concentration empêche la variété et que les informations, sont les mêmes. Un anglophone affirme: "This prevents obtaining more than one editorial opinion". Un francophone est d'avis que le propriétaire cherche ses intérêts. Un autre prétend que la propriété séparée finit par permettre une meilleure information sur l'ensemble des faits. On fait également appel à l'idée que l'omnipuissance de la concentration amène un contrôle plus facile de l'information et on ajoute: "l'information peut être dirigée uniquement dans un sens et au service de l'idéologie des proprios". Un informateur craint l'omniprésence de la publicité. Un autre craint que "les propriétaires soient associés aux partis politiques et que la censure soit plus forte".

On peut remarquer que les raisons soulignées le plus souvent touchent à la variété de l'information, au besoin de diversifier les sources et aux dangers de collusion et de contrôle que représenterait une concentration excessive de l'information. Il s'agit donc de raisons souvent formulées dans les grands débats sur le problème.

Quant à ceux qui jugent la question indifférente ils appuient leur opinion sur le fait que "tout dépend des journalistes". Une autre personne affirme que le monde de l'information étant déjà très puissant, on ferait ce qu'on voudrait peu importe la nature de la propriété.

CHAPITRE 10

La presse et l'information régionale

La presse régionale a été traitée tout au long des chapitres précédents. Nous voudrions cependant y accorder une attention particulière car nous sommes conscients que l'information régionale a un rôle particulier à jouer sur l'identité et le dynamisme socio-économique et culturel de chaque régionale. C'est peut-être pour n'avoir pas suffisamment compris ce rôle de l'information dans la création des programmes de développement régionaux qu'on assiste à des lenteurs inattendues de redressement socio-économique.

Notre objectif n'est toutefois pas de résoudre cette équation entre les problèmes régionaux et le besoin d'information- Nous voulons plutôt verser au dossier quelques données qui nous viennent directement de la population. Nous espérons cependant qu'elles serviront d'hypothèses pour des travaux plus spécifiques sur le sujet.

Dans les pages qui suivent, nous traiterons de trois sujets:

1. L'évaluation des journaux locaux ou régionaux
2. La perception de l'importance accordée à l'information régionale
3. Satisfaction ou égard à son traitement et à sa qualité.

Rappelons toutefois que les deux tiers (69%) seulement des Québécois disent lire des journaux locaux. Le pourcentage des consommateurs varie cependant d'une région à l'autre. Le plus fort pourcentage (89%) se trouvant dans la région du Saguenay-Lac-St-Jean/Côte Nord et le plus faible (47%) se trouvant dans le Bas-St-Laurent/Gaspésie. Dans le tableau 15 on a constaté qu'en général on consacre moins de temps à la lecture des journaux locaux qu'à celle des journaux quotidiens (3.8 heures vs 1.0 heure/semaine).

1. Evaluation des journaux locaux

La population québécoise lectrice de journaux locaux a une opinion positive de l'utilité de l'information apportée par ces journaux. En effet (tableau 51) 69% considèrent très utile ou utile l'information qu'on y véhicule; 5% seulement jugent celle-ci inutile.

TABLEAU 51

Distributions pourcentuelles des lecteurs de journaux locaux de chaque région selon son opinion sur le degré d'utilité de l'information des journaux locaux

		Régions								
		1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
OPINION	N=	71	178	137	151	177	93	493	92	1392
Très utile		30	27	23	23	15	27	27	19	24
Utile		55	48	49	54	57	55	41	38	45
Plus ou moins utile		14	23	24	23	23	17	27	28	25
Inutile		1	1	4	1	5	1	5	12	5
Ca dépend		-	1	-	-	1	-	*	3	1

Quant à la satisfaction exprimée (tableau 52) elle est généralement partagée. Au total 52% se disent satisfaits alors que 29% se disent assez satisfaits; 11% se disent peu satisfaits et 6% insatisfaits. Lorsque l'on convertit l'échelle de satisfaction en un seul indice[1], il se dégage des écarts plus précis entre les régions. Ainsi l'indice de satisfaction à l'endroit des journaux locaux est de 66 dans la région du Saguenay-Lac-St-Jean et de 83 dans la région de l'Abitibi-Outaouais.

1. le poids 5 est donné à satisfait, 3 à assez satisfait et 1 à peu satisfait.

TABLEAU 52

Distributions pourcentuelles des lecteurs de journaux locaux de chaque région selon son niveau de satisfaction à l'endroit des journaux locaux lus

	Régions								
SATISFACTION	1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
N-	71	178	135	149	175	92	490	92	1382
Satisfait	52	44	47	63	51	64	52	54	52
Assez satisfait	37	31	35	25	31	30	29	20	29
Insatisfait	11	19	9	7	12	4	11	16	11
Ca dépend et N.S.P.	-	6	9	4	6	1	9	10	7
INDICE	76	66	70	79	72	83	72	69	72

2. Perception de l'importance accordée à l'information régionale dans les quotidiens, les hebdos, à la radio et à la télévision

Un peu plus du tiers (38%) des Québécois sont d'avis que les quotidiens accordent peu ou pas d'importance aux nouvelles qui intéressent leur région. Cette opinion diffère considérablement entre la région 1 et la région 6. En effet la population de la région 1: Gaspésie et Bas-St-Laurent est en majorité (58%) d'accord pour dire que les journaux quotidiens accordent peu ou pas d'importance à cette région alors qu'en Abitibi-Outaouais, le pourcentage n'est que de 23.

Le sentiment exprimé relativement aux nouvelles régionales publiées dans les quotidiens s'accentue dans le cas des hebdomadaires. Ici c'est la majorité (54%) qui prétend que les hebdos accordent peu ou pas d'importance aux nouvelles qui intéressent la région (ou la ville) des répondants.

C'est encore la population de l'Abitibi-Outaouais qui se sent moins "lésée" sous ce rapport (33%) alors que les régions du Saguenay-Lac-St-Jean/Côte-Nord, Bas-St-Laurent/Gaspésie, et Trois-Rivières ont respectivement 68%, 63% et 63% de leur population qui prétendent que les hebdos leur donnent peu ou pas de nouvelles régionales.

TABLEAU 52A

Pourcentages des consommateurs de chaque région qui affirment que les médiums accordent peu ou pas d'importance aux nouvelles d'intérêt régional

	Régions								
Médium	1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
N-	71	122	212	159	230	152	452	117	1515
Quotidiens	58%	34%	34%	40%	31%	23%	40%	46%	38%
N-	98	151	180	148	214	106	439	52	1388
Hebdos	63%	68%	57%	63%	61%	33%	48%	57%	54%
N-	131	194	257	189	268	159	554	120	1872
Radio AM	38%	27%	35%	47%	31%	28%	47%	46%	44%
N-	142	197	260	192	271	188	577	123	1950
Télévision	42%	38%	42%	51%	47%	27%	50%	47%	46%

Les données du tableau 52A nous indiquent de plus que les quotidiens auraient tendance à mieux couvrir les nouvelles régionales que les hebdos et la télévision et la radio. Par ailleurs, c'est encore la région de l'Abitibi-Outaouais qui paraît la plus "satisfaite" de l'importance que les quatre médiums apportent aux nouvelles qui intéressent la région. Du moins sont-ils plus nombreux à reconnaître que les quatre médiums accordent de l'importance aux nouvelles d'intérêt régional.

3. Degré de satisfaction de la façon dont les médiums parlent de la région

Le tableau 53 nous donne le pourcentage de ceux qui se disent peu ou pas satisfaits de la façon dont les médiums parlent de leur région.

TABLEAU 53

Pourcentages des consommateurs de chaque région qui se disent peu ou pas satisfaits de la façon dont les médiums parlent de leur région*

	Régions								
MEDIUMS	1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
Quotidiens	42%	29%	19%	31%	20%	15%	27%	19%	24%
Hebdomadaires	39	34	25	37	30	25	28	15	28
Radio AM	24	19	16	21	11	9	21	13	18
Télévision	36	29	26	30	24	14	31	13	26

* Bases identiques à celles du tableau 52 A.

L'insatisfaction de l'ensemble des Québécois est à peu près la même pour les quotidiens (24%), les hebdomadaires (28%) et la télévision (26%). La radio AM semble susciter moins d'insatisfaction (18%) dans la façon dont elle parle des régions. Le degré d'insatisfaction varie d'une région à l'autre. Les Gaspésiens sont généralement moins satisfaits que l'ensemble des Québécois et que la population de certaines régions, telle celle de l'Abitibi-Outaouais et celle de la région de Montréal anglophone et également des régions 3 et 5. La lecture simultanée des tableaux 52 et 53 nous permet de voir un certain lien entre la perception de l'importance accordée aux nouvelles régionales et l'insatisfaction manifestée.

Malgré la présence de jugements assez sévères à l'endroit des quatre médiums sur le peu d'importance qu'on accorde à la nouvelle d'intérêt régional, l'insatisfaction manifestée reste le fait d'une minorité des consommateurs soit de 18% à 28% selon le médium. D'autre part, le désir exprimé de voir les médiums parler davantage de la région (ou de la ville) nous permet de saisir un peu mieux la portée des jugements exprimés (tableau 54).

TABLEAU 54

Pourcentages des consommateurs de chaque région qui disent que les médiums devraient parler plus de leur région qu'ils ne le font actuellement*

	Régions								
MEDIUM	1	2	3	4	5	6	7F	7A	T
Quotidiens	66	50	36	55	43	38	39	29	40
Hebdomadaires	64	46	27	49	44	32	38	16	38
Radio AM	62	43	37	42	34	26	35	27	36
Télévision	57	48	39	42	40	29	40	18	38

* Bases identiques à celles du tableau 52A

Le tableau 54 prête à plusieurs commentaires. D'abord la population consommatrice de la région du Bas-St-Laurent/Gaspésie revendique plus d'information régionale que toute autre région et ceci dans les quatre médiums. Dans l'autre extrême, c'est la population anglophone de Montréal qui a tendance à revendiquer le moins d'information régionale additionnelle pour le futur dans les quotidiens, les hebdomadaires et la télévision. Seul le cas de la radio fait exception.

La position des deux régions extrêmes relativement à l'information régionale pourrait s'illustrer par un profil synthèse que nous dégageons ici. Nous ajoutons la région de l'Abitibi-Outaouais (6) à cause de ses tendances également extrêmes.

Profil synthèse

		Région 1	Région 6	Région 7A
. jugent très utile l'information des journaux locaux		85%	82%	57%
. sont satisfaits ou assez satisfaits des journaux locaux		89	94	74
. sont insatisfaits de la façon dont les médiums parlent de la région:				
	Quotidiens	42	15	19
	Hebdos	39	25	15
	Radio AM	24	9	18
	TV	36	14	26
. affirment que les médiums accordent peu ou pas d'importance aux nouvelles d'intérêt local:	Quotidiens	58	23	46
	Hebdos	63	33	57
	Radio AM	38	28	46
	TV	42	27	47
. disent que les médiums devraient parler plus de la région:				
	Quotidiens	66	38	29
	Hebdos	64	32	16
	Radio AM	62	26	27
	TV	57	29	18

On le voit, les journaux locaux prennent une place prépondérante dans les régions éloignées des grands centres et on est généralement ou bien assez satisfait ou bien satisfait de l'information qui s'y trouve. Ce jugement fait contraste avec la façon dont on juge l'information régionale véhiculée par les grands médiums: quotidiens, hebdomadaires et télévision. Alors qu'une proportion importante (le tiers ou plus) de la population du Bas-St-Laurent et de la Gaspésie la juge insatisfaisante une proportion assez faible (de 9% à 25%) de la population de la région 6 la juge insatisfaisante. Donc plus forte satisfaction du traitement de la nouvelle régionale dans les grands médiums dans les régions 6 et 7A, mais désir beaucoup moins fort de voir les médiums parler davantage de leur région.

Il existe une certaine logique que nous n'avons pu dégager dans ce premier examen. Le désir d'un meilleur traitement de la nouvelle régionale serait

vraisemblablement lié au degré d'insatisfaction à l'endroit des services perçus dans ce domaine et de l'importance accordée à tout ce qui est proprement régional. Les aspirations de la population du Bas-St-Laurent/Gaspésie sont assez éloquentes à ce sujet et ces aspirations nous éclairent sur leur jugement quant à l'utilité de l'information des journaux locaux.

CHAPITRE 11

Résumé et conclusions

RESUME

1. Difficultés d'accès à l'information

Nous avons soumis à la considération des répondants des difficultés de trois ordres quant à l'accès à l'information dans chaque région:

1.1.: difficulté de se procurer des quotidiens et des hebdomadaires;

1.2.: retard dans la réception des quotidiens et des hebdos;

1.3.: impossibilité de capter les ondes FM avec leur appareil de radio et de s'abonner à la télévision par câble.

1.1. Difficulté de se procurer des quotidiens et des hebdomadaires

Une faible minorité de répondants (6%) disent ne pas pouvoir facilement se procurer des journaux quotidiens qu'ils aimeraient lire. Cette difficulté est plus fréquente dans les régions du Bas-St-Laurent/Gaspésie (13%) et du Saguenay-Lac-St-Jean/Côte-Nord (12%). Les principales raisons de cette situation seraient, selon les QUébécois concernés, 1) que les journaux désirés ne parviennent pas à leur localité; 2) qu'ils arrivent avec du retard; 3) qu'ils coûtent trop cher.

(tableau 4, p.18)

Quant à la difficulté de se procurer des hebdomadaires, 1% des répondants l'ont éprouvée. On peut supposer que la distribution des hebdomadaires est généralement bonne et qu'ils sont d'accès facile, car on ne peut déceler un maque d'intérêt à l'endroit de ces journaux tel que nous l'avons vu au chapitre sur la consommation des médiums.

(tableau 4, p.18)

1.2. Retard dans la réception des quotidiens et des hebdomadaires

Le malaise dû au retard dans la distribution des quotidiens est ressenti par environ le quart (24%) des répondants. Sous ce chapitre, on observe un net déséquilibre entre les régions, les plus affectées étant encore une fois les régions Bas-St-Laurent/Gaspésie (64%) et la région Saguenay-Lac-St-Jean/Côte-Nord (62%). Québec et Montréal sont encore les régions les plus favorisées, alors que les trois autres seraient dans une situation intermédiaire.

(tableau 15, p.19)

La grande majorité de ces retards sont d'une journée sur semaine, ils sont plus longs pour les quotidiens du samedi, mais toujours inférieurs à deux jours. L'insatisfaction due à ces retards est plus grande en Abitibi (9 cas sur 10) et dans les Cantons de l'Est (3 cas sur 4).

Le retard des hebdomadaires est ressenti par 4% des répondants; il n'est ressenti de façon sérieuse (29% des interlocuteurs) que dans la seule région Bas-St-Laurent/Gaspésie.

(tableau 15, p.19)

1.3. Impossibilité de capter les ondes FM avec son appareil radio et de s'abonner à la télévision par câble

Les réponses reçues indiquent encore une fois la situation défavorable des régions Bas-St-Laurent/Gaspésie et Saguenay-Lac-St-Jean/Côte-Nord; en effet, 66% et 84% des répondants de ces deux régions disent ne pas être en mesure de capter les ondes FM avec leur appareil comparativement à 44% (max.) et 15% (min.) dans les autres régions.

(tableau 6, p.20)

Quant à la télévision par câble, 17% et 31% des répondants des régions Bas-St-Laurent/Gaspésie et Saguenay-Lac-St-Jean/Côte-Nord disent qu'ils peuvent s'y abonner, comparativement aux autres régions où de 56% à 79% font cette affirmation. Seule la région de Québec, dans ce cas, s'apparente aux deux régions défavorisées avec 33% des répondants qui affirment avoir la possibilité de s'abonner à la télévision par câble.

2. La consommation des médiums d'information

2.1 Popularité des médiums

L'ordre de popularité des médiums, sur l'ensemble du territoire québécois, s'établit comme suit:

la télévision	97%
la radio AM	94%
les quotidiens	80%
les journaux locaux	69%
les hebdos	67%
la radio FM	54%
les revues mensuelles	52%

L'importance accordée à chaque médium varie considérablement d'une région à l'autre, sauf dans le cas de la télévision, de la radio AM et des revues mensuelles.

Si on établit l'importance relative de chaque médium en fonction du nombre moyen d'heures qui y sont consacrées par semaine ou par jour, on obtient les résultats suivants:

quotidiens	2.8 heures/semaine
hebdos	.9 heure /semaine
journaux locaux	.7 heure /semaine
radio AM	2.51 heures/jour

Radio FM	1.96 heure /jour
T.V.	3.1 heures/jour

(tableau 15, p.36)

2.2 Les journaux quotidiens

Certains journaux tels La Presse et Montréal-Matin exercent une influence sur toutes les régions,mais à des degrés divers. Le Devoir pénètre de façon presque uniforme la totalité des régions.

D'autres quotidiens pénètrent la presque totalité des régions, ce sont le Journal de Montréal, Le Soleil, La Gazette et le Star, toutefois, ces trois derniers journaux ont de zones d'influence concentrées dans leur territoire d'origine.

Quelques quotidiens ne rayonnent, pour ainsi dire, que dans l'entourage de leur centre de production; ce sont Le Droit, Le Nouvelliste, La Voix de l'Est.

Le nombre moyen d'heures consacrées à la lecture des quotidiens est de 3.8 par semaine.

(tableau 15, p.36)

2.3 Les hebdomadaires

Bien que dans la majorité des régions on compte moins de lecteurs d'hebdomadaires (67%) que de lecteurs de quotidiens (80%), on constate que les zones d'influence des hebdomadaires s'étendent davantage à toutes les régions. Seul le Sunday Express fait exception à cette règle. Ceci s'explique sans doute à cause du caractère même de l'information diffusée et encore à cause du mode de distribution des hebdomadaires dans les régions.

(tableau 11, p.32)

Les lecteurs consacrent en moyenne 1.7 heure par semaine à la lecture

des hebdomadaires.

(tableau 15, p.36)

2.4 Les journaux locaux

Le pourcentage de lecteurs de journaux locaux varie beaucoup d'une région à l'autre (de 47% région 1 à 89% région 2), mais dans l'ensemble on compte autant de lecteurs de journaux locaux (69%) que de lecteurs d'hebdomadaires (67%).

(tableau 8, p.26)

Si l'on en juge par le pourcentage de lecteurs, certains journaux locaux semblent prendre une place importante dans les régions. Il y a des journaux locaux qui seraient lus par près de la moitié des consommateurs de cette catégorie de journaux dans les régions 1, 2 et 6, soit les trois régions les plus éloignées des grands centres.

On lirait assez régulièrement, en moyenne, 1.52 journal local et on y consacrerait 1.0 heure par semaine.

(tableau 16, p.38)
(tableau 15, p.36)

2.5 Les publications mensuelles: les revues publiées au Québec

Le nombre moyen de revues publiées au Québec lues régulièrement ou assez régulièrement est de .96. A l'exception de la région Outaouais-Abitibi, où le nombre de revues lues par personne est faible, toutes les régions sont presque sur un pied d'égalité.

(tableau 17, p.38)

Les revues les plus populaires sont: Sélection du Readers' Digest, Chatelaine, McLean et Actualité.

(tableau 18, p.39)

b) les revues étrangères

On observe des différences entre les régions quant au nombre moyen de revues étrangères lues régulièrement ou assez régulièrement par les répondants. Ce nombre est particulièrement faible dans l'Abitibi/Outaouais, soit .18 revues par personne, alors que dans la région de Montréal, ce nombre est de .98 par adulte anglophone et de .53 par adulte francophone.

(tableau 19, p.40)

Pour l'ensemble du Québec, trois revues se partagent la première place: Time Magazine, Paris Match et Life. D'autres revues vont chercher de 2 à 3% de l'ensemble des répondants.

(tableau 20, p.41)

2.6 La radio

La presque totalité des répondants de toutes les régions ont au moins un appareil radio en état de fonctionner au foyer, et disent pouvoir capter au moins une station AM. Les stations FM sont par ailleurs concentrées dans quelques régions seulement, si bien que dans une région comme le Saguenay-Lac-St-Jean/Côte Nord une minorité seulement (16%) dit pouvoir capter une station FM.

(tableau 21, p.43)

a) Ecoute de la radio AM et FM

Un peu plus de 9 répondants sur 10 déclarent écouter la radio AM et environ 5 répondants sur 10 déclarent écouter la radio FM. L'écart dans l'écoute entre les régions intéresse la radio FM. Dans les régions 1 et 2, 5% et 19% des répondants disent écouter la radio FM comparativement à 67% et 68% des répondants de la région de Montréal.

(tableau 22, p.43)

En moyenne les répondants écouteraient 2.51 heures de radio AM par jour, contre 1.96 heure de radio FM. Encore une fois les différences régionales apparaissent surtout dans les régions 1 et 2; ces régions ont tendance à consacrer moins de temps que les autres à l'écoute de la radio FM.

(tableau 23, p.45)

b) les stations écoutées

L'importance de notre échantillon ne nous permettait pas d'atteindre un nombre suffisant d'auditeurs éventuels de certaines stations radio pour donner des statistiques sur l'ensemble des stations AM et FM qui diffusent sur le territoire québécois. Il ressort toutefois que nous avons pu déceler certaines tendances dans le comportement d'écoute des Québécois, comme celle de privilégier de beaucoup un nombre restreint de stations. Aussi à Montréal, 3 stations AM vont chercher la préférence de 7 auditeurs sur 10, à Québec 2 stations AM obtiennent la préférence de 60% des auditeurs. Le phénomène est aussi accentué dans les deux régions pour la radio FM.

2.7 La télévision

La presque totalité des répondants de toutes les régions possèdent au moins un appareil de télévision. C'est au niveau du nombre d'appareils par foyer qu'on remarque le plus forte homogénéité entre les régions. La présence de service de télévision par câble et la proportion d'abonnés varient notablement d'une région à l'autre. Encore ici, la région Bas-St-Laurent/Gaspésie accuse une situation défavorisée par rapport aux autres régions.

(tableau 24, p.48)

a) écoute de la télévision

D'après une évaluation subjective du temps passé devant le petit écran, on consacrerait en moyenne 3.1 heures par jour à la télévision. La région Saguenay-Lac-St-Jean/Côte Nord et celle de l'Abitibi/Outaouais seraient les plus grandes consommatrices de T.V. avec 3.7 et 3.6 heures par jour.

(tableau 25, p.49)

b) Les stations écoutées

On constate que le rayonnement des stations auprès des diverses populations rejoint les régions limitrophes de la zone de diffusion. CFTM atteindrait le plus grand nombre d'"étrangers", suivie de CBFT. Les deux stations anglophones rejoignent plus de 50% de francophones de la région de Montréal, environ le quart des Trifluviens et le tiers des adultes de l'Est. CHLT et CKTM exercent aussi un certain attrait sur la population des autres régions.

(tableau 26, p.50)

3. Evaluation des sources d'information

3.1 Evaluation de l'information et médium préféré

Une forte proportion de la population adulte de chaque région met en question la valeur de l'information reçue. Au moins les deux tiers dans chaque région prétendent que l'information est inexacte, incomplète et censurée. Près de la moitié de la population pense qu'elle est parfois honnête. On peut croire qu'il s'agit là d'une réserve importante sur la véracité de l'information.

(tableau 27, p.54)

Pour l'ensemble des répondants de chaque région, sauf pour les anglophones de la région de Montréal, c'est la T.V. qui est perçue comme le meilleur moyen pour suivre les nouvelles et l'actualité en général, les journaux et la radio viennent

en 2e ou en 3e place selon les régions, et les revues en dernier lieu avec seulement 1% des choix. Les anglophones de la région de Montréal placent les journaux au 1er rang.

(tableau 28, p.54)

3.2 Satisfaction à l'endroit des médiums

Presque les trois quarts des répondants se disent satisfaits ou très satisfaits de chacun des médiums. De toutes les régions, ce sont celles de Québec et du Saguenay-Lac-St-Jean/Côte-Nord qui manifestent le plus d'insatisfaction à l'endroit de l'ensemble des médiums: indice de 71 contre 77 et 79 dans les régions de Montréal et Abitibi/Outaouais.

(tableau 29, p.56)

4. L'intérêt des Québécois à l'endroit des contenus véhiculés par les mass média

4.1 Dans l'ensemble du Québec

Trois sujets, soit les nouvelles locales, provinciales et canadiennes, présentent beaucoup ou assez d'intérêt pour 80% ou plus de la population québécoise, les nouvelles internationales viennent au quatrième rang. Six sujets intéressent de 40 à 60% des répondants: la médecine et la santé, l'éducation, les arts et spectacles, les sports, la mode et les questions féminines. Une troisième catégorie de sujets intéressent de 30 à 39% des gens: loisirs et divertissements, vacances et voyages, éditoriaux, questions religieuses, sciences, justice, faits divers.

(tableau 31, p.60)

Les sujets qui semblent susciter le moins d'intérêt sont, dans l'ordre: les bandes dessinées, les mots croisés, les annonces commerciales, les annonces classées, le syndicalisme, les questions financières.

En ce qui concerne les médiums préférés pour suivre l'actualité, la télévision a la faveur de 14 sujets sur 24. Les quotidiens supplantent la télévision pour six sujets, soit: les faits divers, l'astrologie/horoscope, la justice, les annonces commerciales, les annonces classées et les mots croisés. La radio est supplantée par les deux autres médiums pour la majorité des sujets, sauf pour les nouvelles locales et internationales où elle supplante les quotidiens.

(talbeau 31, p.60)

Selon 27% des répondants, certains sujets ne sont pas suffisamment couverts par les quotidiens. Les sujets les plus fréquemment mentionnés sont: la politique, les sports, l'éducation, les nouvelles internationales, les nouvelles en général, les sciences, les questions féminines, les arts et spectacles.

4.2 Degré d'intérêt des diverses régions, par sujet

a) Intérêt pour les sujets

On observe que l'intensité de l'intérêt varie d'une région à l'autre et aussi qu'elle est fortement modifiée par la nature des sujets. Certains sujets intéressent la majorité de la population de toutes les régions: ce sont les nouvelles de toute nature, l'éducation, la médecine et la santé. La courbe de l'intérêt selon les régions offre d'autres particularités; effectivement, le pourcentage de ceux qui se disent très ou assez intéressés par au moins 17 sujets sur 24 est plus élevé dans quatre régions que dans l'ensemble du Québec: Bas-St-Laurent/Gaspésie, Saguenay-Lac-St-Jean/Côte-Nord, Québec et Montréal anglophone.

(tableau 32, p.65)

Les régions de Trois-Rivières et des Cantons de l'Est ont un profil inverse, c'est-à-dire que le pourcentage de ceux qui se disent très ou assez intéressés par au moins 21 sujets sur 24 est moins élevé que dans l'ensemble du Québec.

b) Les sujets préférés

Lorsqu'on demande aux répondants de nous dire quel est leur sujet préféré, le sport vient en première place (17%), suivi des nouvelles locales (11%), des nouvelles en général 8%, des questions féminines (7%), des arts et spectacles (7%), des nouvelles internationales (7%) et de la médecine et santé (7%). L'ordre de préférence varie sensiblement entre les régions, surtout pour les sujets ci-haut mentionnés.

(tableau 34, p.68)

c) Les médiums dans lesquels on préfère suivre les sujets

Le choix de la télévision comme véhicule d'information pour 12 sujets sur 24 domine de façon générale dans l'ensemble des régions. Les sujets qu'on préfère suivre à la télévision sont, par ordre décroissant: les sports, les arts et spectacles, les sciences, les loisirs et divertissements, les nouvelles internationales, les vacances et voyages, les nouvelles provinciales, les nouvelles canadiennes, l'éducation, la médecine et la santé, la mode, les questions religieuses.

(tableau 35, p.71
72)

La région la plus orientée vers la télévision est celle du Bas-St-Laurent/ Gaspésie. La moins orientée vers ce médium est celle de Montréal. On observe également que les anglophones de Montréal délaissent plus facilement la télévision en faveur des journaux pour 14 sujets sur 24.

5. Les fonctions des médiums d'information

5.1 Perception du rôle des moyens d'information dans la société

Nous avons présenté aux répondants quatre rôles possibles des moyens d'information dans la société, soit: éduquer la population, être les porte-paroles des autorités, divertir la population, être les porte-paroles et les défenseurs des droits des citoyens; le rôle le plus souvent mentionné est la fonction éducative (61%), le rôle de porte-parole et défenseur des droits des citoyens vient en seconde place (21%). Ce pourcentage varie beaucoup d'une région à l'autre et c'est encore une fois la région Bas-St-Laurent/Gaspésie qui se détache de la moyenne québécoise, accompagnée en cela par les anglophones de la région de Montréal. La fonction éducative est plus importante chez les groupes anglophones de Montréal que dans tous les autres groupes des diverses régions. Le divertissement de la population revêt une importance limitée pour l'ensemble des Québécois et dans chacune des régions.

(tableau 36, p.79)

5.2 Raisons pour lesquelles on suit l'actualité

Les raisons de suivre l'actualité soumises aux répondants se divisent en trois grandes catégories: 1) raisons d'information: (pour se renseigner, pour comprendre les événements importants, pour se tenir au courant de ce qui se passe), 2) raisons vicariantes: (pour s'évader des soucis quotidiens, pour se sentir participer à la vie des autres sans y être présent), 3) autres raisons: (pour pouvoir discuter avec d'autres personnes, satisfaire sa curiosité, passer le temps).

Il ressort des résultats que les raisons d'information prennent plus d'importance que les autres, toutefois certaines raisons sont socialement plus difficiles à avouer telles: "s'évader des soucis et passer le temps". On peut comprendre qu'une minorité seulement avoue suivre l'actualité pour s'évader des soucis quotidiens.

(tableau 37, p.80)

Les anglophones de la région de Montréal acceptent plus difficilement de reconnaître cette raison comme partie de leur motivation: 8% l'acceptent contre 20% chez l'ensemble des Québécois et 30% dans la région Abitibi-Outaouais.

5.3 Raisons pour lesquelles on consomme les médiums

Dans toutes les régions et pour tous les médiums étudiés: quotidiens, hebdomadaires, radio et télévision, la fonction d'information semble dominer. Elle n'a toutefois pas la même importance d'une région à l'autre et des profils significativement différents se dégagent selon qu'on considère un médium ou l'autre.

(tableaux 38 à 41
pages 84 à 86)

5.4 Importance relative des médiums selon les fonctions

Au plan de la fonction d'information l'écart entre les médiums est faible; toutefois pour les trois composantes (se renseigner, se tenir au courant, comprendre les événements) ce sont les quotidiens qui obtiennent le plus fort indice.

(tableau 42, p.87)

Si on ajoute aux raisons ci-dessus "satisfaire sa curiosité" et "pouvoir discuter avec d'autres personnes", il se dégagerait que les cinq premières fonctions des médiums seraient d'ordre intellectuel et en cela le rôle des médiums ne diffère que légèrement de l'un à l'autre.

C'est au plan des fonctions d'ordre affectif (s'évader des soucis quotidiens, passer le temps) que les médiums se différencieraient le plus fortement. Dans ces deux cas, c'est la télévision qui revêt le plus d'importance et les journaux le moins. La radio se situe en 2e place, les hebdos en 3e.

6. La participation du public à l'information

6.1 Discussion de certaines questions d'actualité

Dans toutes les régions on observe qu'environ les deux tiers ou plus de la population discutent quelquefois ou souvent des questions d'actualité avec parents ou amis; entre le quart et le tiers des répondants, selon les régions, n'en discutent que rarement ou jamais.

(tableau 43, p.91)

6.2 Participation à des colloques ou à des discussions publiques

Environ une personne sur dix (13%) nous a dit avoir déjà participé à un colloque ou à une discussion publique.

6.3 Lettres ouvertes et tribunes téléphoniques

Les anglophones de Montréal sont ceux qui écrivent en plus grand nombre aux journaux pour exprimer leurs opinions sur des questions d'actualité (16%).

Plusieurs facteurs peuvent être liés à cette forme de participation chez les anglophones: leur niveau d'instruction est le plus élevé, leur connaissance de l'actualité est aussi plus élevée et l'importance qu'ils accordent aux jour-

naux quotidiens, nous l'avons vu, est de beaucoup supérieure par comparaison avec toute autre population au Québec.

Du côté des tribunes téléphoniques à la radio, la participation la plus active est celle des francophones de la région de Montréal et celle de la région Abitibi/Outaouais.

7. Liberté de presse et phénomène de concentration

7.1 Liberté d'expression des moyens d'information

La majorité de la population du Québec croit que les moyens d'information ont juste assez de liberté de dire ce qu'ils ont à dire. Le plus faible pourcentage des personnes qui prônent cette opinion se situe dans la région de Montréal chez les francophones (53%) tandis que le pourcentage le plus élevé se situe à Montréal chez les anglophones (67%).

(tableau 45, p.96)

Quant à ceux qui pensent que les moyens d'information n'ont pas assez de liberté ou trop de liberté ils représentent respectivement 26% et 8% de l'ensemble des Québécois. Parmi ceux qui disent que les moyens d'information ont trop de liberté (8%), certains voudraient, semble-t-il, voir censurer les nouvelles sur le crime, la sexualité, les vols, les suicides, la drogue et les images trop osées de la télévision.

Quant aux personnes qui revendiquent une plus grande liberté d'expression (26%), leurs commentaires sur les restrictions qui seraient imposées aux moyens d'information ont trait à la politique et au gouvernement.

De plus, le gouvernement est souvent mentionné comme principal agent limitant la liberté des moyens d'information. Outre le gouvernement, on parle également du rôle joué par les propriétaires des stations, par les têtes dirigean-

tes, l'appareil judiciaire, les capitalistes et la haute finance.

Lorsqu'on est plus spécifique et qu'on demande aux répondants s'il existe des sujets sur lesquels les moyens d'information n'auraient pas toute la liberté de dire ce qu'ils ont à dire, 37% répondent par l'affirmative. Les pourcentages varient d'une région à l'autre.

(tableau 46, p.98)

En donnant aux répondants l'occasion de mentionner spontanément les sujets qui leur apparaissent les plus censurés, c'est encore ici la politique qui est mentionnée le plus souvent (39%); viennent ensuite la justice (15%) et le syndicalisme (9%). Nous voyons donc que le domaine politique constitue dans l'esprit d'une minorité le secteur le plus contrôlé du point de vue information.

(tableau 47, p.99)

Invités à se prononcer sur une liste de sujets qu'il leur a été présentée moins de la moitié des interviewés croient que pour 7 sujets sur 9 les moyens d'information ont toute liberté de dire ce qu'ils veulent dire; la moitié des répondants expriment cette opinion quant aux deux autres sujets.

(tableau 48, p.101)

L'examen des résultats nous porte à croire que la liberté dont peuvent disposer effectivement les moyens d'information n'est pas un fait acquis pour les Québécois. Lorsqu'on examine les opinions dans chaque région, la même impression se dégage, même si nous observons des différences entre certaines régions. Les anglophones de Montréal ont une perception plus positive concernant la liberté des moyens d'information que les citoyens des autres régions. C'est dans la région Bas-St-Laurent/Gaspésie que l'on trouve les plus faibles pourcentages de personnes ayant une perception positive.

Faut-il penser que les perceptions de la population de cette région reposent en bonne partie sur des expériences négatives vécues dans le passé, auxquelles s'ajouterait une forme de scepticisme général face à toute cette question de la liberté d'expression? A des questions aussi complexes on ne pourrait encore répondre que par des généralités.

7.2 Le phénomène de concentration des médiums

Après avoir expliqué aux répondants ce qu'était le phénomène de concentration des médiums, 28% de ceux-ci nous ont dit qu'ils en avaient déjà entendu parler. Deux régions semblent moins informées sur le sujet, ce sont les régions 1 et 2 (17% en ont entendu parler) alors que 45% des anglophones de Montréal disent en avoir entendu parler.

(tableau 49, p.103)

Les personnes qui avaient déjà entendu parler de ce phénomène nous ont donné leur opinion sur l'effet possible de la concentration des médiums dans les mains d'un même propriétaire: c'est la moitié des Québécois qui croient aux effets néfastes de la concentration, 18% croient à de bons effets positifs, alors que 14% ont une opinion partagée (peut aider et peut nuire). Enfin 14% prétendent qu'il est indifférent qu'il y ait concentration ou non pour la liberté d'expression et 3% n'expriment aucune opinion. Au niveau des régions, l'Abitibi/Outaouais diffère des autres quant à la tendance décrite plus haut; plus de personnes de ce groupe (47%) pensent que la concentration peut aider les moyens d'information à dire ce qu'ils veulent dire.

(tableau 50, p.104)

Des raisons ont été données pour préciser le sens des opinions; les personnes qui estiment que la concentration peut nuire invoquent le plus souvent des raisons concernant la variété de l'information, le besoin de diversifier les sources et les dangers de collusion et de contrôle que représenterait une concentration excessive de l'information. Il s'agit donc des raisons souvent formulées dans les grands débats sur le problème du contrôle financier et administratif des moyens d'information. Quant aux personnes qui estiment que la concentration peut aider, les raisons qu'elles ont formulées peuvent se résumer dans les termes suivants: en étant plus puissants et en ayant plus de moyens à leur disposition, les propriétaires des médiums peuvent donner des informations plus intéressantes sur plus de sujets.

8. La Presse et l'information régionale.

8.1 L'évolution des journaux locaux ou régionaux

Les lecteurs de journaux locaux ont une opinion favorable sur l'utilité de l'information véhiculée par ces journaux; 69% la considèrent très utile ou utile.

L'opinion de ces lecteurs est partagée quant à la satisfaction à l'endroit des journaux locaux et on y observe des écarts entre les régions. L'indice de satisfaction est de 66 dans la région Saguenay-Lac-St-Jean et de 83 dans la région Abitibi/Outaouais.

(tableau 51, p. 109)

8.2 Perception de l'importance accordée à l'information régionale dans les quotidiens, les hebdos, à la radio et à la télévision

Environ le tiers des Québecois estiment que les quotidiens accordent peu ou pas d'importance aux faits qui intéressent leur région et environ la moitié prétendent que les hebdos n'y accordent que peu ou pas d'importance.

Ces opinions diffèrent considérablement selon les régions. En effet, à l'égard des quotidiens et des hebdos, c'est dans la région 1 (Gaspésie et Bas-St-Laurent) que l'on trouve le plus haut pourcentage de personnes ayant cette opinion et c'est dans la région Abitibi-Outaouais que l'on trouve le plus faible pourcentage.

Selon la perception de la population, les quotidiens auraient tendance à mieux couvrir les questions régionales que les hebdos, la télévision et la radio.

(tableau 52, p.110)

8.3 Degré de satisfaction quant à la façon dont les médiums parlent de la région

En ce qui concerne les quotidiens, les hebdomadaires et la télévision, environ le quart des Québécois sont insatisfaits de la façon dont ces médiums parlent de leur région; quant à la radio, elle semble susciter un peu moins d'insatisfaction (18%) à cet égard. Les Gaspésiens sont généralement moins satisfaits que l'ensemble des Québécois et que certaines régions, telles l'Abitibi-Outaouais et la région anglophone de Montréal.

Les répondants ont également donné leur opinion sur la quantité d'informations régionales que devraient diffuser les médiums: la population consommatrice de la région Bas-St-Laurent/Gaspésie revendique plus d'informations régionales que toute autre région et ceci dans les quatre médiums. C'est la population anglophone de Montréal qui a tendance à revendiquer pour l'avenir le moins d'informations régionales dans les quotidiens, les hebdos et à la télévision.

La lecture des données du point 8 nous porte à croire que le désir d'un meilleur traitement de la nouvelle régionale serait vraisemblablement lié au degré d'insatisfaction à l'endroit des services en ce domaine et à l'importance qu'on attache à tout ce qui est proprement régional.

(tableau 52, p.112)

CONCLUSIONS

Quelles conclusions tirer d'une étude omnibus, si ce n'est qu'elle nous a permis de nous familiariser davantage avec le problème de l'information au Québec et dans ses régions, d'être plus prudents dans nos jugements, et de percevoir, à travers un dossier chargé de données, que le concept des disparités régionales pourrait également s'appliquer à l'information. On peut aussi conclure que les médiums d'information au Québec ont un sérieux effort à fournir pour reconquérir la confiance des consommateurs et se donner l'image d'une presse libre. Et puisque, par son action et son pouvoir le domaine politique joue un rôle de premier plan en matière d'information, les citoyens québécois verraient sans doute d'un très bon oeil que les influences exercées par les politiciens sur l'information tendent plus manifestement à favoriser sa libre circulation qu'à servir des fins partisanes.

Disparités régionales

Qu'il existe des différences marquée dans les services d'information assurés dans les diverses régions économiques du Québec nous paraît ressortir de façon nette des données recueillies. Pour s'en convaincre, qu'il suffise d'examiner la carte de distribution des journaux quotidiens. Bien qu'une population puisse s'habituer à se passer de certains services, on constate que 12 et 13% de la population des régions 1 et 2 affirment avoir de la difficulté de se procurer des quotidiens. Dans l'ensemble du Québec le pourcentage est de 6.

A ce problème d'inaccessibilité il faut ajouter celui du retard qui est particulièrement aigu dans ces deux mêmes régions (64% et 62%). Les régions de Trois-Rivières, Cantons de l'Est et Abitibi-Outaouais sont un peu moins touchées bien qu'elles le soient de façon notable également (48%, 41% et 37% affirment recevoir les quotidiens avec du retard). Le problème du retard se pose même

pour 29% des lecteurs d'hebdomadaires de la région Bas-St-Laurent/Gaspésie. Dans les autres régions, 10% ou moins des lecteurs s'en plaignent.

Cette faiblesse dans la qualité de la distribution se fait sans doute sentir dans la consommation. En effet, 48% des répondants de la région 1 et 63% des répondants de la région 2 affirment lire ou feuilleter un quotidien, alors que dans les autres régions les pourcentages varient entre 80% et 93%.

L'absence de stations FM dans les régions 1 et 2 illustre également l'écart dont nous faisons mention. Mais c'est aussi le témoignage même des populations concernées qu'il faut mettre en lumière. Ainsi les populations des régions 1 et 2 doivent, selon toute vraisemblance, s'en remettre plus que toutes les autres à la télévision pour suivre l'actualité; du moins disent-elles que c'est le meilleur médium: 69% et 67% sont de cet avis, contre 53% et moins dans les autres régions.

On note par ailleurs (tableau 33) que l'intérêt des populations des régions 1 et 2 pour les divers sujets traités dans les médiums d'information n'est pas moins grand que celui des populations des autres régions. Il le serait même tout autant que celui des populations de la région de Québec et de la région anglophone de Montréal.

Une image à faire ou à refaire

Peu nombreux sont les Québécois qui sont d'avis que les moyens d'information au Québec ont trop de liberté d'expression à moins qu'on ne juge que 8% soit encore une trop forte proportion. L'opinion générale est plutôt qu'ils ont juste assez ou pas assez de liberté d'expression. En conclusion, on peut dire que les Québécois ne veulent pas enchaîner leurs porte-paroles de la presse écrite ou parlée plus qu'ils ne le sont déjà; une minorité (26%) cependant lui veut plus de liberté.

Plus du tiers (39%) des Québécois croient par ailleurs que les moyens d'information n'auraient pas toute la liberté de dire ce qu'ils veulent. Ce sont les francophones de la région de Montréal qui sont les plus nombreux à partager cet avis (43%). Inviter à préciser les sujets auxquels ils pensent, plus du tiers des interlocuteurs mentionnent la politique, alors que 15% mentionnent la justice. Devant un choix de sujets et de groupes (tableau 48) le même phénomène apparaît à nouveau: chez l'ensemble des Québécois on est sceptique quant à la liberté d'expression dont jouissent les moyens d'information, qu'il s'agisse de sujets comme la politique, le syndicalisme, le judiciaire ou des chefs politiques et syndicaux, des professionnels, ouvriers et hommes d'affaires ou enfin de produits pharmaceutiques.

Ce bref rappel des données recueillies nous laisse croire que les moyens d'information ont, comme groupe, une image à faire ou à refaire car il en va de leur crédibilité et de leur leadership.

L'information et la politique

Précédemment nous mentionnions qu'une forte proportion de ceux qui prétendent que les moyens d'information n'ont pas assez de liberté d'expression font porter la "responsabilité" de cette situation sur la politique et le gouvernement. Bien que nous n'ayons pas fait porter notre attention de façon particulière sur ce point, nous trouvons important de signaler le fait qu'on associe le manque de liberté des moyens d'information aux instances qui, par définition, sont les gardiens privilégiés des libertés individuelles et civiles.

Faute de données plus fouillées, nous devons souhaiter que soient étudiés de façon spécifique les liens qui existent entre le manque de liberté des moyens d'information et les instances de pouvoir, qu'elles soient économiques, politiques, sociales ou autres.

ANNEXE 1

Connaissance de l'actualité et modernisme

Dans le chapitre 2 nous avions présenté le score moyen de connaissance de l'actualité pour chaque région et pour l'ensemble du Québec. Ces données de même que celles sur le modernisme méritent quelques précisions. Nous avons élaboré une mesure de connaissance de l'actualité dans le but de contrôler les corrélats de certaines opinions. En effet, certaines opinions émises sur la qualité des services des médiums pourraient très bien être pondérées si elles ne s'appuyaient sur une connaissance de l'événement ou sur un public par ailleurs éclairé. Il en est ainsi de l'opinion d'un public qui serait déçu du manque d'information dans tel ou tel domaine et qui effectivement est mal informé ou peu informé. Dans ce cas, un indice peu élevé de connaissance de l'actualité pourrait être interprété seulement comme une conséquence de l'information que le répondant reçoit et non comme une manifestation de ses intérêts ou de sa capacité à comprendre.

L'indice de modernisme élaboré dans cette étude vise à mieux évaluer le contexte psycho-sociologique auquel se réfère la population de chaque région.

Pour Smith et Inkeles (1966), le modernisme (ou la modernité) identifie un ensemble d'attitudes, de croyances, etc., qui caractérisent les personnes vivant dans un environnement urbain, industrialisé, éduqué. Nous avons élargi cette définition et mesurons le modernisme comme "un accord exprimé à l'égard de valeurs traditionnelles ou de tradition récente". L'échelle comportait 15 item dont trois ont été retranchés après des analyses sur l'homogénéité et la validité interne du test. Ces item portent sur plusieurs aspects de la réalité ou des valeurs ambiantes. La liste des item retenus apparaît ci-dessous. Les réponses dites "modernes" sont encerclées. Pour une liste complète des item, il faut lire la question 129. S'il existe un certain déséquilibre entre le nombre "d'accords" et de "désaccords" c'est que les trois exclus étaient au nombre des "accords".

-1

L'indice de connaissance de l'actualité a été élaboré à partir d'événements relevés dans les journaux durant les mois précédant l'interview. Il était composé de 13 item choisis dans les domaines politiques, les loisirs et l'activité syndicale. Les item retenus apparaissent ci-dessous. Les réponses exactes sont encerclées[1].

1. Nous présentons à la fin de cette partie un tableau du nombre de répondants qui ont réussi chaque item de l'échelle de modernisme et de connaissance.

ECHELLE DE MODERNISME (ITEM RETENUS)

	Accord	Désaccord
1. Une personne devrait ajuster ses idées à celles de son entourage	1	(2)
2. Même de nos jours la plupart des couples devraient élever au moins cinq (5) enfants	1	(2)
3. Les jeunes du secondaire devraient connaître les moyens contraceptifs à l'école	(1)	2
4. Une personne se doit d'avoir une religion	1	(2)
5. Les filles qui vont rester à la maison une fois mariées, ne devraient pas étudier autant	1	(2)
6. L'éducation est encore le meilleur moyen d'atteindre son idéal	1	(2)
7. Dans la famille c'est le mari qui en dernier lieu doit prendre les décisions importantes	1	(2)
8. Si les femmes font le même travail que les hommes, leur salaire devrait être égal	(1)	2
9. De nos jours le manque d'autorité des dirigeants est la principale cause du désordre	1	(2)
10. Les expériences de création de bébés en laboratoire (éprouvette) peuvent être utiles	(1)	2
11. Il faut accepter qu'il y ait quelques guerres pour faire avancer la science et les recherches	1	(2)
12. Les gouvernements devraient donner plus d'information sur les lois qu'ils votent	(1)	2

N.B.: La "bonne" réponse est encerclée

Indice de connaissance de l'actualité (item retenus)

Q. 1 Lors des 4 premières rencontres Canada/Russie au Hockey, l'équipe canadienne a remporté

1 partie sur 4	(1)
2 parties sur 4	2
3 parties sur 4	3
4 parties sur 4	4

Q. 2 Lequel des organismes suivants appartient au gouvernement du Québec?

La Corporation des Enseignants du Québec	1
La Fédération des Travailleurs du Québec	2
L'Hydro-Québec	(3)
La Chambre de Commerce du Québec	4

Q. 3 A l'Assemblée Nationale de la province de Québec, combien y a-t-il de sièges de députés?

83	1
22	2
57	3
108	(4)

Q. 4 La Commission Laurendeau-Dunton a été mise sur pied pour:

Enquêter sur l'administration de la justice	1
Etudier les possibilités du bilinguisme et du biculturalisme	(2)
Restructurer les forces armées	3
Définir la politique sociale du gouvernement	4

Q. 5 Le Bill 63:

A interdit les manifestations publiques	1
A permis la consommation d'alcool à partir de 18 ans	2
A fourni une aide aux agriculteurs	3
A donné aux parents le choix de la langue d'enseignement	(4)

Q. 6 Dans quel pays le couple Geoffroy a-t-il été arrêté?

Sicile	1
Portugal	2
France	3
Espagne	(4)

Q. 7 Quand on parle du C.R.T.C. on veut signifier:

Contrôle de rentes et taxes du Canada	1
Conseil de la radio et de la télévision canadienne	(2)
Comité rural du terroir canadien	3
Canadian road and truck council	4

Q. 8 Le rapport Castonguay a porté sur:

L'éducation	1
L'information	2
La santé et le bien-être	(3)
Les finances	4

Q. 9 C.S.N. est le sigle:

D'un parti politique	1
D'un mouvement syndical	(2)
D'un mouvement de charité	3
D'une agence internationale	4

Q.10 Laquelle des personnes suivantes n'est pas un chef du front commun intersyndical de la fonction publique?

Charbonneau	1
Pépin	2
Chartrand	(3)
Laberge	4

TABLEAU 55

Indice de connaissance et de modernisme de l'actualité

		Régions 1	2	3	4	5	6	7F	7A
1. CONNAISSANCE	N-	151	201	280	202	293	192	613	135
Moyenne		5.33	5.74	6.15	6.42	5.99	5.39	6.05	6.36
Ecart type		2.42	2.26	2.32	2.29	2.45	2.37	2.37	1.93
2. MODERNISME									
Moyenne		5.58	6.22	6.02	5.53	5.92	6.36	6.40	7.22
Ecart type		2.08	1.97	1.87	1.83	1.80	1.83	1.80	2.08

Le tableau nous permet d'observer que l'indice moyen de connaissance varie entre 5.33 et 6.42[1]. La région 1 a l'indice le plus faible et la région 4 a le plus fort. On ne peut cependant pas parler de différences significatives entre les résultats de toutes les régions. Certaines de ces différences sont significatives comme celle entre les régions 1 et 4. Il en est de même pour le modernisme. Le plus faible indice est de 5.53 (région 4) et le plus fort est de 7.22[2].

Une analyse de variance[3] nous a permis de savoir qu'il y avait au moins deux régions dont les indices de connaissance sont significativement différents.

---

1. L'indice maximum serait de 10 pour la connaissance et de 12 pour le modernisme.

2. Significatif à .01

3. Analyse de variance simple (Winer, B.J. 1962) Statistical Principles in experimental design New York, McGraw Hill.

Cette constation faite, nous avons appliqué la méthode de Tukey[1]. Il s'agit d'une méthode de comparaisons multiples entre les moyennes des régions qui nous permet d'établir des regroupements de régions. Voici par ordre du plus fort indice au plus faible indice de connaissance de l'actualité comment se présentent les régions:

4 7F 3 7A 5 2 6 1

La ligne souligné qui relie les régions 4, 7F, 3, 7A, 5 nous indique que ces cinq régions ont un indice de connaissance significativement différent[2] de l'indice des régions 2, 6 et 1. Le deuxième souligné qui relie les régions 3, 7A, 5 et 2 illustre le fait que ces régions ont un indice significativement plus fort que les régions 6 et 1 et significativement plus faible que celui des régions 4 et 7F mais que l'indice de la région 4 ne diffère pas significativement de celui de la région 7F. En d'autres termes les Montréalais francophones ont un indice moyen (6.36) aussi fort que celui des adultes de la région de Québec (6.42). Des précisions sont apportées dans le tableau 36.

1. Analyse de variance simple (Winer, B.J. 1962) Statistical Principles in experimental design New York, McGraw Hill.

2. Significatif à .01

TABLEAU 56

Test de Tukey pour l'indice de connaissance

Région	Rang	Indice	Régions 1 5.33	6 2 5.39	2 3 5.74	5 4 5.98	7A 5 6.05	3 6 6.15	7F 7 6.36	4 8 6.42
1	1	5.33	—	.03	.41	.65*	.72*	.82*	1.03*	1.09*
6	2	5.39		—	.35	.59*	.66*	.76*	.97*	1.03*
2	3	5.74			—	.24	.31	.41	.62*	.68*
5	4	5.98				—	.07	.17	.38	.44
7A	5	6.05					—	.10	.35	.37
3	6	6.15						—	.21	.27
7F	7	6.36							—	.06
4	8	6.42								—

* Différences significatives au seuil de .01

L'ordre décroissant de l'indice de modernisme des régions s'établit comme suit:

7A 7F 6 2 3 5 1 4

Les anglophones de la région de Montréal ont un indice significativement plus élevé que l'indice de toutes les autres régions soit 7.2. Cinq autres régions (7F, 6, 2, 3 et 5) ont un indice de modernisme significativement plus élevé que l'indice des régions de Québec et du Bas-St-Laurent/Gaspésie. Le tableau précise l'application du test du Tukey. (tableau 57)

TABLEAU 57

Test de Tukey pour l'indice de modernisme

Région	Rang	Indice	Régions 4	1	5	3	2	6	7F	7A
			1	2	3	4	5	6	7	8
			5.53	5.58	5.92	6.02	6.22	6.36	6.40	7.22
4	1	5.53	—	.003	.39	.45	.69*	.83*	.85*	1.69*
1	2	5.58		—	.34	.44	.64*	.78*	.82*	1.64*
5	3	5.92			—	.10	.30	.44	.48	1.30*
3	4	6.02				—	.20	.34	.38	1.20*
2	5	6.22					—	.14	.18	1.00*
6	6	6.36						—	.04	.86*
7F	7	6.40							—	.82*
7A	8	7.22								—

* Différence significative au seuil de .01

Selon toute apparence il ne semble pas exister de lien entre la connaissance et le modernisme. En effet la région de Québec possède conjointement avec les anglophones de Montréal l'indice de connaissance le plus élevé alors que ces deux régions sont aux deux extrêmes de l'échelle québécoise au plan du modernisme. Les régions 6 et 2 sont, comme Québec, dans des positions inversées. L'ordre des deux indices apparaît comme suit:

Modernisme: 7A 7F 6 2 3 5 1 4

Connaissance: 4 7A 3 7F 5 2 6 1

D'autres analyses nous permettraient de mieux saisir les facteurs qui sont liés au fait que certaines régions connaissent mieux l'actualité que d'autres ou sont plus modernes c'est-à-dire qu'elles acceptent plus volontiers les valeurs récemment importées ou fabriquées dans le Québec. Déjà nous pouvons dire que la connaissance et le modernisme sont véhiculés par les média modernes et qu'à moins de connaître le contenu de ces média nous ne pourrons établir de relations valables.

La région du Bas-St-Laurent/Gaspésie a donné un indice de connaissance relativement faible. Dans ce cas il faut se rappeler qu'elle a le plus faible taux de lecteurs de quotidiens. Pourrait-on lier ces deux phénomènes? Possiblement, mais d'autres analyses s'imposent.

TABLEAU 58

Pourcentage de répondants ayant réussi chaque item et corrélation bisseriale (r bis) entre les bonnes réponses à chaque item et le score total

	Echelle de connaissance			Echelle de modernisme	
item	%	r bis	item	%	r bis
1	52	.60	1*	65	.28
2	74	.64	2	45	.48
3	54	.57	3	74	.60
4	56	.57	4	59	.54
5	57	.68	5*	28	.14
6	67	.56	6	14	.57
7*	27	.38	7	77	.59
8*	61	.42	8	6	.42
9	44	.58	9	34	.50
10	55	.58	10	86	.56
11	86	.75	11	22	.54
12*	42	.42	12*	79	.36
13	50	.64	13	32	.42
			14	74	.42
			15	94	.68

* item rejeté

Analyse de la variance

A l'intention des lecteurs plus familiers avec les techniques d'analyse nous présentons dans le tableau 59 les résultats à l'analyse de la variance pour les deux échelles.

TABLEAU 59

Analyse de la variance

	Somme des carrés	Degré de liberté	Carré moyen	F
Modernisme (12 item)				
intergroupes	350.57	7	50.08	14.3*
intragrpupes	7210.84	2059	3.50	
Connaissance (10 item)				
intergroupes	210.43	7	30.06	5.5**
intragroupes	11229.42	2059	5.45	

* Probabilité plus petite que .001

** Probabilité plus petite que .01

ANNEXE 2

Grille de Sélection

GRILLE 1

Nombre d'hommes 18 ans +	NOMBRE DE PERSONNES DE 18 ANS ET PLUS				
	0	1	2	3	4 5 6 7+
0	-	Dame	Dame plus âgée	Dame plus âgée	Dame plus âgée
1	-	Monsieur	Dame	Dame plus âgée	Dame plus âgée
2	-	-	Monsieur plus âgé	Dame	Dame plus âgée
3	-	-	-	Monsieur plus âgé	Dame
4	-	-	-	-	Monsieur plus âgé

GRILLE 2

Nombre d'hommes 18 ans +	NOMBRE DE PERSONNES DE 18 ANS ET PLUS				
	0	1	2	3	4 5 6 7+
0	-	Dame	Dame plus jeune	Dame, 2e plus jeune	Dame, 2e plus âgée
1	-	Monsieur	Monsieur	Monsieur	Monsieur
2	-	-	Mons. plus jeune	Monsieur plus âgé	Monsieur plus âgé
3	-	-	-	Mons., 2e plus jeune	Monsieur plus âgé
4	-	-	-	-	Mons., 2e plus âgé

GRILLE 3

Nombre d'hommes 18 ans +	NOMBRE DE PERSONNES DE 18 ANS ET PLUS				
	0	1	2	3	4 5 6 7+
0	-	Dame	Dame plus âgée	Dame plus jeune	Dame, 2e plus jeune
1	-	Monsieur	Dame	Dame plus jeune	Dame plus jeune
2	-	-	Mons. plus âgé	Monsieur plus jeune	Dame plus jeune
3	-	-	-	Monsieur plus jeune	Mons., 2e plus jeune
4	-	-	-	-	Mons., 2e plus jeune

GRILLE 4

Nombre d'hommes 18 ans +	NOMBRE DE PERSONNES DE 18 ANS ET PLUS				
	0	1	2	3	4 5 6 7+
0	-	Dame	Dame plus jeune	Dame plus jeune	Dame plus jeune
1	-	Monsieur	Monsieur	Dame plus jeune	Dame, 2e plus jeune
2	-	-	Mons. plus jeune	Monsieur plus jeune	Monsieur plus jeune
3	-	-	-	Monsieur plus jeune	Monsieur plus jeune
4	-	-	-	-	Monsieur plus jeune

GRILLE 5

Nombre d'hommes 18 ans +	NOMBRE DE PERSONNES DE 18 ANS ET PLUS				
	0	1	2	3	4 5 6 7+
0	-	Dame	Dame plus âgée	Dame plus âgée	Dame, 2e plus jeune
1	-	Monsieur	Dame	Dame plus âgée	Dame, 2e plus jeune
2	-	-	Monsieur plus âgé	Dame	Dame plus jeune
3	-	-	-	Monsieur plus âgé	Mons., 2e plus jeune
4	-	-	-	-	Mons., 2e plus jeune

GRILLE 6

Nombre d'hommes 18 ans +	NOMBRE DE PERSONNES DE 18 ANS ET PLUS				
	0	1	2	3	4 5 6 7+
0	-	Dame	Dame plus jeune	Dame, 2e plus jeune	Dame plus jeune
1	-	Monsieur	Monsieur	Monsieur	Dame plus jeune
2	-	-	Mons. plus jeune	Monsieur plus âgé	Monsieur plus jeune
3	-	-	-	Mons., 2e plus jeune	Monsieur plus jeune
4	-	-	-	-	Monsieur plus jeune

ANNEXE 3

Questionnaire

L'INSTITUT DE CUEILLETTE DE L'INFORMATION INC.,
6900 rue Garnier,
Montréal 330, Qué. Tél: 277-2064

NOM: _____

ADRESSE: _____

VILLE: _____

NO. TELEPHONE: _____

NO. ETUDE: | 2 | 0 | 7 | 0 | 0 | 2 | (1 2 3 4 5 6)

NO. QUESTIONNAIRE: | | | | | (7 8 9 10)

NO. DE CARTE: | 1 | (11)

IDENTIFICATION: | | | | | | | (12 13 14 15 16 17)

NO. DE GRILLE: | | (18)

VISITE (heure)	DATE Jour-Mois	COM-PLETE	PERSONNE A LA MAISON	REPONDANT ABSENT	REFUS MENAGE	REFUS REPONDANT	NON/RE SIDEN-TIEL	LANGUE ETRAN-GERE	AUTRES: (spécifier)
1.									
2.									
3.									

REMARQUES: _____

Bonjour (bonsoir), je suis _____ de l'Institut de Cueillette de l'Information. Nous faisons actuellement un sondage afin de connaitre vos opinions sur les journaux, les revues, la radio et la télévision au Québec. Il s'agit de savoir ce que vous pensez de ces moyens d'information et nous aurions besoin de votre collaboration.

Pour accorder à chacun la chance d'être interviewé, donnez-moi le nombre de personnes de 18 ans et plus qui habitent ici. Parmi ces personnes, combien y a-t-il d'hommes de 18 ans et plus?

CHOIX DU REPONDANT:

Il y a donc _____ personnes de 18 ans et plus
et _____ hommes de 18 ans et plus.

VOIR GRILLE NO. ____

SONDAGE INDIVIDUEL:

J'aimerais maintenant poser quelques questions à _____ _____
(inscrire la caractéristique)

Quel est son prénom? _____

Puis-je lui parler immédiatement? _____

(SI LA PERSONNE CHOISIE EST PRESENTE PROCEDER. SI ABSENTE DEMANDER L'HEURE ET LE JOUR OU ON POURRA LA REJOINDRE ET NOTER).

Jour: _____

Heure: _____

SECTION 1

1. A votre avis quel est parmi les suivants le meilleur moyen dont vous disposez pour suivre les nouvelles et l'actualité en général? Quel est le 2ième en importance; le 3ième et le 4ième?

	ORDRE	
Les journaux	____	(19)
Les revues	____	(20)
La radio	____	(21)
La télévision	____	(22)

2. Certaines personnes semblent s'intéresser de façon constante aux questions d'actualité. D'autres personnes ne manifestent pas cet intérêt.

Vous personnellement, diriez-vous que vous suivez l'actualité de façon régulière ou presque, de façon plus ou moins régulière, de façon irrégulière seulement ou presque pas? (23)

De façon régulière ou presque	1
De façon plus ou moins régulière	2
De façon irrégulière seulement	3
Presque pas	4

3. Suivez-vous l'actualité surtout dans les journaux, surtout à la radio ou surtout à la télévision? (24)

INTERVIEWER:

NE SUGGERER QUE LES REPONSES PREVUES DANS LA QUESTION

Surtout dans les journaux	1
Surtout à la radio	2
Surtout à la télévision	3
Dans les journaux et à la radio également	4
Dans les journaux et à la télévision également	5
A la radio et à la télévision également	6
Dans les trois également	7
Je ne suis pas l'actualité dans ces médiums	8

CARTE 1

4. Diriez-vous que vous suivez l'actualité beaucoup, un peu ou pas du tout pour les raisons suivantes:

	BEAUCOUP	UN PEU	PAS DU TOUT	N.S.P	
1. Pour vous renseigner	1	2	3	4	(25)
2. Pour vous évader des soucis quotidiens	1	2	3	4	(26)
3. Pour satisfaire votre curiosité	1	2	3	4	(27)
4. Pour pouvoir comprendre les évènements importants	1	2	3	4	(28)
5. Pour passer le temps	1	2	3	4	(29)
6. Pour pouvoir discuter avec d'autres personnes	1	2	3	4	(30)
7. Pour vous tenir au courant de ce qui se passe	1	2	3	4	(31)
8. Pour sentir que vous participez à la vie des autres même si vous n'êtes pas présent	1	2	3	4	(32)

5. Avez-vous l'impression que l'information que vous recevez au jour le jour est souvent, parfois, rarement ou jamais

	SOUVENT	PARFOIS	RAREMENT	JAMAIS	NSP	
Inexacte	1	2	3	4	5	(33)
Incomplète	1	2	3	4	5	(34)
Honnête	1	2	3	4	5	(35)
Censurée	1	2	3	4	5	(36)

CARTE 2

6. Les moyens d'information peuvent avoir plusieurs rôles dans la société; lequel des quatre (4) rôles suivants vous apparaît le plus important, lequel vous semble le 2ième en importance, le 3ième, le 4ième?

INTERVIEWER:

LIRE EN MEME TEMPS QUE LE REPONDANT.

	ORDRE	
Eduquer la population	____	(37)
Etre le porte parole des autorités	____	(38)
Distraire la population	____	(39)
Etre le porte parole et le défenseur des droits des citoyens	____	(40)

CARTE 3

7. Parmi les quatre (4) phrases suivantes, laquelle décrit le mieux l'importance que vous accordez à l'information. (41)

INTERVIEWER:

LIRE EN MEME TEMPS QUE LE REPONDANT

Pour moi, être au courant de l'actualité c'est vital. Je peux difficilement passer une journée sans lire ou écouter les nouvelles. 1

Je peux ne pas suivre l'actualité pendant un certain temps mais pas trop longtemps. 2

L'actualité c'est pas plus important que ça pour moi. Si j'ai le temps je m'y intéresse sinon ça ne me dérange pas. 3

Je considère que c'est une perte de temps que de suivre l'actualité et j'en suis le moins possible. 4

SECTION 2

8. Vous arrive-t-il de lire ou de feuilleter des journaux quotidiens? (42)

OUI 1
NON JAMAIS 2 P.Q 31

CARTE 4

9. Voici une liste de journaux quotidiens, pourriez-vous me dire quels sont ceux que vous avez lus ou feuilletés tous les jours, 4-5 fois, 2-3 fois, 1 fois ou aucune fois durant la dernière semaine (ou la semaine précédente)?

INTERVIEWER: LIRE VOS INSTRUCTIONS.	TOUS LES JOURS	4-5 FOIS PAR SEM.	2-3 FOIS PAR SEM.	UNE FOIS PAR SEM.	AUCUNE FOIS	NSP	
01 La Presse	1	2	3	4	5	6	(43)
02 Le Devoir	1	2	3	4	5	6	(44)
03 Montréal-Matin	1	2	3	4	5	6	(45)
04 Le Journal de Montréal	1	2	3	4	5	6	(46)
05 Le Journal de Québec	1	2	3	4	5	6	(47)
06 L'Action	1	2	3	4	5	6	(48)
07 Le Soleil	1	2	3	4	5	6	(49)
08 La Tribune	1	2	3	4	5	6	(50)
09 The Gazette	1	2	3	4	5	6	(51)
10 The Montreal Star	1	2	3	4	5	6	(52)
11 The Record (de Sherbrooke)	1	2	3	4	5	6	(53)
12 The Citizen (d'Ottawa)	1	2	3	4	5	6	(54)
13 The Ottawa Journal	1	2	3	4	5	6	(55)
14 Le Droit (d'Ottawa)	1	2	3	4	5	6	(56)
15 La Voix de l'Est (de Granby)	1	2	3	4	5	6	(57)
16 Le Nouvelliste (de Trois-Rivières)	1	2	3	4	5	6	(58)

10. Y a-t-il d'autres journaux quotidiens que vous avez lus ou feuilletés et qui n'apparaissent pas sur la liste? (59)

OUI 1
NON 2 P.Q 12
N.S.P 3

11. SI OUI:

Les quels avez-vous lus? _____ (60)

_____

_____

12. De tous les journaux quotidiens que vous lisez ou feuilletez, quel est celui que vous préférez? (UN SEUL CHOIX) (61)-(62)

_____

Journal préféré

13. Etes-vous abonné, vous personnellement ou quelqu'un dans votre foyer, à un ou plusieurs journaux quotidiens? (63)

OUI 1 P.Q 14
NON 2

SI NON:

13a) Avez-vous déjà été abonné à un journal quotidien? (64)

OUI 1 P.Q 13b+c
NON 2 P.Q 13c

SI OUI:

13b) Pourquoi avez-vous discontinué votre abonnement? (65)

_____

_____

_____

_____

13c) Comment obtenez-vous les journaux quotidiens que vous lisez? Est-ce

	OUI	NON	
- en l'achetant dans un kiosque à journaux	1	2	(66)
- en l'empruntant d'un ami ou d'un voisin	1	2	(67)
- ou autrement _____			
_____	1	2	(68)

Préciser

PASSER A LA QUESTION 16

14. A combien de journaux quotidiens êtes-vous abonné présentement? (69)

Un journal	1
Deux journaux	2
Trois journaux ou plus	3

15. Recevez-vous votre journal (ou vos journaux) auquel vous êtes abonné

	OUI	NON	
- par la poste?	1	2	(70)
- par livraison à domicile?	1	2	(71)
- en le réservant à un kiosque?	1	2	(72)

CARTE 5

16. Combien d'heures par semaine consacrez-vous en moyenne à lire ou feuilleter des journaux quotidiens? (73)

Moins d'une heure	0
D'une à deux heures	1
Deux à trois heures	2
Trois à quatre heures	3
Quatre à cinq heures	4
Cinq à six heures	5
Six à sept heures	6
Sept heures et plus	7
N.S.P	8

17. Dans certaines régions du Québec, les journaux quotidiens arrivent avec une journée ou plus de retard (un jour ou plus après la date de parution). Est-ce que ça vous arrive toujours, souvent, rarement ou jamais de recevoir votre journal en retard? (74)

Toujours	1	
Souvent	2	
Rarement	3	P.Q 21
Jamais	4	

18. Avec combien de jours de retard recevez-vous le journal

du lundi	_____ jrs	(75)
du samedi	_____ jrs	(76)

19. Ces retards vous ennuient-ils beaucoup, assez, peu ou pas du tout? (77)

Beaucoup	1
Assez	2
Peu	3
Pas du tout	4

20. Croyez-vous qu'il serait possible qu'on vous fasse parvenir votre journal quotidien le jour même de sa parution? (78)

OUI	1	
NON	2	P.Q 21
N.S.P	3	

SI OUI:

Qui serait en mesure d'améliorer cette situation? (79)

_____

_____

21. Y a-t-il des journaux quotidiens publiés au Québec que vous aimeriez lire mais que vous ne pouvez pas facilement vous procurer dans votre région ou votre ville (ou votre quartier)? (80)

INTERVIEWER: SI REPONDANT DE MONTREAL OU DE QUEBEC, UTILISER LE MOT QUARTIER.

OUI	1	
NON	2	P.Q 24
N.S.P	3	

Carte 2
(11)

22. SI OUI: De quels journaux s'agit-il?

INTERVIEWER: N'INSCRIRE QUE LES 2 JOURNAUX LES PLUS DESIRES.

Journaux: _____ (12)-(13)

_____ (14)-(15)

23. Pourquoi ne pouvez-vous pas vous procurer ces journaux (ce journal)? Est-ce parce qu'ils ne parviennent pas dans la région, arrivent avec du retard ou est-ce parce qu'ils coûtent trop chers? (16)

N'arrivent pas dans la région	1
Arrivent avec du retard	2
Coûtent trop cher	3
N.S.P	4
Autre raison apportée	5

_____
Préciser

24. Est-ce qu'il y a un sujet qui vous intéresse de façon particulière et dont les journaux quotidiens ne parlent pas assez, selon vous? (17)

INTERVIEWER: SI PLUS D'UN SUJET DEMANDER ORDRE D'IMPORTANCE. SE LIMITER AUX TROIS (3) PLUS IMPORTANTS.

OUI	1	
NON	2	P.Q 26
N.S.P	3	

25. SI OUI: Lesquels? _____ (18-19)

_____ (20-21)

_____ (22-23)

26. De façon générale vous considérez-vous satisfait, assez satisfait, peu satisfait ou pas satisfait des journaux quotidiens que vous lisez? (24)

Satisfait	1
Assez satisfait	2
Peu satisfait	3
Pas satisfait	4
Ca dépend des journaux	5
N.S.P	6

Pourriez-vous dire pourquoi vous êtes _____ (25)-(26)
SELON LE CAS

_____

_____

_____

27. Quelle importance, les journaux quotidiens que vous lisez, accordent-ils aux nouvelles qui intéressent votre région ou votre ville? Est-ce beaucoup, assez, peu ou pas d'importance? (27)

Beaucoup d'importance	1
Assez d'importance	2
Peu d'importance	3
Pas d'importance	4
Ca dépend des journaux	5
N.S.P	6

28. Etes-vous satisfait, assez satisfait, peu satisfait ou pas satisfait de la façon dont les journaux quotidiens parlent de votre région ou de votre ville? (28)

Satisfait	1
Assez satisfait	2
Peu satisfait	3
Pas satisfait	4
Ca dépend des journaux	5
N.S.P	6

29. Les journaux quotidiens devraient-ils parler plus, autant ou moins de votre région ou de votre ville, qu'ils le font actuellement? (29)

Plus	1
Autant	2
Moins	3
N.S.P	4

CARTE 6

30. Diriez-vous que vous lisez les journaux quotidiens beaucoup, un peu ou pas du tout pour les raisons suivantes:

		BEAUCOUP	UN PEU	PAS DU TOUT	N.S.P	
1	Pour pouvoir discuter avec d'autres personnes?	1	2	3	4	(30)
2	Pour satisfaire votre curiosité?	1	2	3	4	(31)
3	Pour vous tenir au courant de ce qui se passe?	1	2	3	4	(32)
4	Pour vous renseigner sur les ventes, la publicité ou les aubaines	1	2	3	4	(33)
5	Pour pouvoir comprendre les évènements importants?	1	2	3	4	(34)
6	Pour vous renseigner?	1	2	3	4	(35)
7	Pour vous évader des soucis quotidiens?	1	2	3	4	(36)
8	Pour passer le temps	1	2	3	4	(37)
9	Pour sentir que vous participez à la vie des autres même si vous n'êtes pas présent?	1	2	3	4	(38)

A CEUX QUI NE LISENT AUCUN JOURNAL QUOTIDIEN:

31. Avez-vous déjà lu un journal quotidien? (39)

OUI 1
NON 2

SI OUI: Qu'est-ce qui vous a fait abandonner la lecture des journaux quotidiens? (40)

_____

_____

_____

32. Avez-vous déjà été abonné à un journal quotidien? (41)

OUI 1
NON 2

SECTION 3

Nous allons maintenant parler des journaux hebdomadaires d'information générale. C'est-à-dire ceux qui paraissent une fois par semaine et qui sont distribués un peu partout dans la province de Québec. Nous parlerons plus loin des journaux locaux ou régionaux qui ne s'adressent qu'à un certain nombre de localités. Nous ne parlerons pas des journaux spécialisés.

CARTE 7

33. Vous arrive-t-il de lire ou de feuilleter des journaux hebdomadaires d'information générale? (42)

INTERVIEWER: SI LE REPONDANT DIT NON, BIEN VOUS ASSURER QU'IL NE LIT AUCUN HEBDO.

OUI 1
NON 2 P.Q 48

34. Voici une liste de journaux hebdomadaires, pourriez-vous me dire quels sont ceux que vous lisez ou feuilletez toutes les semaines, 2-3 fois par mois, 1 fois par mois ou jamais?

		TOUTES LES SEMAINES	2-3 FOIS PAR MOIS	1 FOIS PAR MOIS	JAMAIS	NSP	
01	Dimanche-Matin	1	2	3	4	5	(43)
02	Vedettes	1	2	3	4	5	(44)
03	Nouvelles Illustrées	1	2	3	4	5	(45)
04	Le Petit Journal	1	2	3	4	5	(46)
05	La Patrie	1	2	3	4	5	(47)
06	Photo-Journal	1	2	3	4	5	(48)
07	Le Nouveau Samedi	1	2	3	4	5	(49)
08	Allo Police	1	2	3	4	5	(50)
09	Québec Presse	1	2	3	4	5	(51)
10	Dernière Heure	1	2	3	4	5	(52)
11	Midnight	1	2	3	4	5	(53)
12	Sunday Express	1	2	3	4	5	(54)
13	Le Grand Journal Illustré	1	2	3	4	5	(55)
14	Le Journal des Vedettes	1	2	3	4	5	(56)
15	Echo-Vedettes	1	2	3	4	5	(57)
16	La Terre de Chez-Nous	1	2	3	4	5	(58)
17	Télé Radiomonde	1	2	3	4	5	(59)
18	Photo-Vedettes	1	2	3	4	5	(60)

35. De tous les journaux hebdomadaires que vous lisez, lequel préférez-vous davantage? (UN SEUL CHOIX) (61)-(62)

_____

JOURNAL PREFERE

CARTE 5

36. Combien d'heures par semaine consacrez-vous à la lecture de journaux hebdomadaires? (63)

Moins d'une heure	0
D'une à deux heures	1
Deux à trois heures	2
Trois à quatre heures	3
Quatre à cinq heures	4
Cinq à six heures	5
Six à sept heures	6
Sept heures et plus	7
N.S.P	8

37. Recevez-vous les journaux hebdomadaires avec du retard? (64)

OUI	1	
NON	2	P.Q 39
N.S.P	3	

38. Ces retards vous ennuient-ils beaucoup, assez, peu ou pas du tout? (65)

Beaucoup	1
Assez	2
Peu	3
Pas du tout	4

39. Y a-t-il des journaux hebdomadaires d'information générale, publiés au Québec, que vous aimeriez lire mais que vous ne pouvez pas vous procurer facilement dans votre région ou votre ville (ou votre quartier)? (66)

INTERVIEWER: SI REPONDANT DE MONTREAL OU DE QUEBEC, UTILISER LE MOT QUARTIER.

OUI	1	
NON	2	P.Q 42
N.S.P	3	

40. SI OUI: De quels journaux s'agit-il?

INTERVIEWER: N'INSCRIRE QUE LES TROIS (3) JOURNAUX LES PLUS DESIRES.

Journaux: _____ (67)-(68)

_____ (69)-(70)

_____ (71)-(72)

41. Pourquoi ne pourriez-vous pas vous procurer ces journaux (ce journal)? Est-ce parce qu'ils ne parviennent pas dans la région, arrivent avec du retard ou est-ce parce qu'ils coûtent trop chers? (73)

N'arrivent pas dans la région	1
Arrivent avec du retard	2
Coûtent trop chers	3
N.S.P	4
Autre raison apportée	
_____ Préciser	5

42. Est-ce qu'il y a un sujet qui vous intéresse de façon particulière et dont les journaux hebdomadaires ne parlent pas assez selon vous? (74)

OUI 1
NON 2
N.S.P 3

SI OUI: Lequel? 1) _____ (75)-(76)
2) _____ (77)-(78)
3) _____ (79)-(80)

INTERVIEWER: SI PLUS D'UN SUJET DEMANDER L'ORDRE D'IMPORTANCE. VOUS LIMITER A TROIS (3) SUJETS.

Carte 3 (11)

43. De façon générale vous considérez-vous satisfait, assez satisfait, peu satisfait ou pas satisfait des journaux hebdomadaires que vous lisez? (12)

Satisfait 1
Assez satisfait 2
Peu satisfait 3
Pas satisfait 4
Ca dépend des journaux 5
N.S.P 6

Pourquoi vous considérez-vous _____ ? (13)-(14)
SELON LE CAS

_____
_____
_____

44. Quelle importance, les journaux hebdomadaires que vous lisez, accordent-ils aux nouvelles qui intéressent votre région ou votre ville? Est-ce beaucoup, assez, peu ou pas d'importance? (15)

Beaucoup d'importance 1
Assez d'importance 2
Peu d'importance 3
Pas d'importance 4
Ca dépend des journaux 5
N.S.P 6

45. Etes-vous satisfait, assez satisfait, peu satisfait ou pas satisfait de la façon dont les journaux hebdomadaires parlent de votre région ou de votre ville? (16)

Satisfait 1
Assez satisfait 2
Peu satisfait 3
Pas satisfait 4
Ca dépend des journaux 5
N.S.P 6

46. Les journaux hebdomadaires devraient-ils parler plus, autant ou moins de votre région ou de votre ville, qu'ils le font actuellement? (17)

Plus	1
Autant	2
Moins	3
N.S.P	4

CARTE 8

47. Diriez-vous que vous lisez un journal hebdomadaire beaucoup, un peu ou pas du tout pour les raisons suivantes

		BEAUCOUP	UN PEU	PAS DU TOUT	N.S.P	
1	Pour vous tenir au courant de ce qui se passe	1	2	3	4	(18)
2	Pour sentir que vous participez à la vie des autres même si vous n'êtes pas présent	1	2	3	4	(19)
3	Pour vous renseigner sur les ventes, la publicité ou les aubaines	1	2	3	4	(20)
4	Pour pouvoir comprendre les événements importants	1	2	3	4	(21)
5	Pour passer le temps	1	2	3	4	(22)
6	Pour pouvoir discuter avec d'autres personnes	1	2	3	4	(23)
7	Pour satisfaire votre curiosité	1	2	3	4	(24)
8	Pour vous évader des soucis quotidiens	1	2	3	4	(25)
9	Pour vous renseigner	1	2	3	4	(26)

A CEUX QUI NE LISENT AUCUN JOURNAL HEBDOMADAIRE

48. Avez-vous déjà lu ou feuilleté un journal hebdomadaire? (27)

OUI	1
NON	2

SI OUI: Qu'est-ce qui vous a fait abandonner la lecture des journaux hebdomadaires? (28)

_____

_____

_____

SECTION 4

Je voudrais vous poser quelques questions sur les journaux locaux, c'est-à-dire ceux qui s'adressent aux gens de votre localité ou de votre quartier ou de votre ville?

INTERVIEWER: UTILISER LE MOT QUARTIER SI LE REPONDANT DEMEURE DANS UNE VILLE COMME MONTREAL ET QUEBEC. CONSULTER LA LISTE DES JOURNAUX LOCAUX.

Il s'agit des journaux qui ne reçoivent pas une diffusion très large, contrairement aux quotidiens et aux hebdomadaires nationaux, qui sont diffusés dans tout le Québec.

49. Vous arrive-t-il de lire ou de feuilleter des journaux locaux qui s'adressent à votre quartier ou à votre localité immédiate? (29)

OUI	1	
NON	2	P.Q 58
N.S.P	3	

50. Pourriez-vous me donner le nom du journal ou des journaux locaux qu'il vous arrive de lire? Ce journal est-il donné ou vendu?

INTERVIEWER			DONNE	VENDU	
LIMITER LA LISTE AUX 3 JOURNAUX LES PLUS LUS	1)	_____	1	2	(30-31-32)
	2)	_____	1	2	(33-34-35)
	3)	_____	1	2	(36-37-38)

51. Combien de journaux locaux rentrent assez régulièrement dans votre foyer? (39)

Aucun	0
Un	1
Deux	2
Trois	3
Quatre et +	4

52. Combien d'heures consacrez-vous par semaine à lire ou à feuilleter des journaux de votre localité ou de votre quartier? (40)

Moins d'une heure	1
1-2 heures	2
2-3 heures	3
3-4 heures	4
4 heures et +	5

53. De façon générale vous considérez-vous satisfait, assez satisfait, peu satisfait ou pas satisfait des journaux locaux que vous lisez? (41)

Satisfait	1
Assez satisfait	2
Peu satisfait	3
Pas satisfait	4
Ca dépend du journal	5
N.S.P	6

54. Pourquoi vous considérez-vous _____ ? (42)-(43)
SELON LE CAS

_____

_____

55. Quels sont les sujets qu'il vous intéresse le plus de lire dans les journaux locaux? (VOUS LIMITER AUX TROIS (3) PREMIERS CHOIX)

1) _____ (44)-(45)

2) _____ (46)-(47)

3) _____ (48)-(49)

56. Diriez-vous que les journaux locaux que vous lisez vous apportent une information très utile, utile, plus ou moins utile ou inutile? (50)

Très utile	1
Utile	2
Plus ou moins utile	3
Inutile	4
Ca dépend des journaux	5
N.S.P	6

57. Diriez-vous que les journaux locaux ont un rôle à jouer dans la vie de votre localité que ne peuvent pas jouer les journaux quotidiens et les journaux hebdomadaires? (51)

OUI	1
NON	2

SI OUI: Pourriez-vous préciser ce rôle? (52)-(53)

_____

_____

_____

A CEUX QUI NE LISENT AUCUN JOURNAL LOCAL

58. Avez-vous déjà lu ou feuilleté un journal local? (54)

OUI	1
NON	2

SI OUI: Qu'est-ce qui vous a fait abandonner la lecture des journaux locaux? (55)-(56)

_____

_____

SECTION 5

CARTE 9

59. Nous allons maintenant parler des revues en commençant par les revues d'information générale publiées au Québec.

INTERVIEWER PRECISER QU'ON PARLERA PLUS TARD DES REVUES ETRANGERES ET DES REVUES SPECIALISEES.

Vous arrive-t-il de lire ou de feuilleter chacune d'elles régulièrement, de temps en temps, rarement ou jamais

	REGULI-EREMENT	DE TEMPS EN TEMPS	RAREMENT	JAMAIS	
Chatelaine	1	2	3	4	(57)
McLean Magazine	1	2	3	4	(58)
Actualité	1	2	3	4	(59)
Maintenant	1	2	3	4	(60)
Sept Jours	1	2	3	4	(61)
Sélection du Reader's Digest	1	2	3	4	(62)
Main Mise	1	2	3	4	(63)

60. Y a-t-il d'autres revues d'information générale publiées au Québec que vous lisez et qui n'apparaissent pas sur cette carte? (64)

INTERVIEWER EXCLURE LES REVUES SPECIALISEES ET ETRANGERES

OUI 1
NON 2

SI OUI: Lesquelles? (Vous limiter aux 2 revues les plus lues)

1) _____ (65-66)

2) _____ (67-68)

INTERVIEWER

ATTENTION: SI NE LIT AUCUNE REVUE QUEBECOISE D'INFORMATION GENERALE, PASSER A LA QUESTION 66

61. Au total combien de revues d'information générale publiées au Québec lisez-vous ou feuilletez-vous régulièrement ou assez régulièrement? (69)

Aucune	0 P.Q.
Une	1 66
Deux	2
Trois	3
Quatre ou plus	4

62. De toutes les revues d'information générale publiées au Québec et que vous lisez, laquelle vous intéresse le plus? (UN SEUL CHOIX) (70-71)

_____
Revue offrant le plus d'intérêt

63. A combien de revues d'information générale publiées au Québec êtes-vous abonné? (vous personnellement ou quelqu'un de votre foyer) (72)

INTERVIEWER INSISTER SUR LE FAIT QU'IL S'AGIT D'ABONNEMENT

Aucune	0
Une	1
Deux	2
Trois	3
Quatre ou plus	4

64. Y a-t-il des sujets qui vous intéressent particulièrement et pour lesquels vous lisez les revues québécoises? (73)

OUI	1	
NON	2	P.Q. 66
N.S.P.	3	

65. SI OUI: Quels sont ces sujets?

INTERVIEWER: VOUS LIMITER AUX TROIS (3) SUJETS LES PLUS IMPORTANTS

1)_____ (74-75)
2)_____ (76-77)
3)_____ (78-79)

CARTE 10

66. Voici des revues étrangères d'information générale. Ces revues sont publiées à l'extérieur du Québec. Vous arrive-t-il de lire ou de feuilleter chacune d'elle régulièrement, de temps en temps, rarement ou jamais? CARTE 4 (11)

	REGULIÈREMENT	DE TEMPS EN TEMPS	RAREMENT	JAMAIS	CONNAIS PAS	
Le Nouvel Observateur	1	2	3	4	5	(12)
Express	1	2	3	4	5	(13)
Time Magazine	1	2	3	4	5	(14)
Life	1	2	3	4	5	(15)
Paris Match	1	2	3	4	5	(16)

67. Y a-t-il d'autres revues étrangères d'information générale publiées à l'extérieur du Québec que vous lisez et qui n'apparaissent pas sur cette carte? (17)

INTERVIEWER: EXCLURE LES REVUES SPECIALISEES

OUI	1
NON	2

SI OUI: Lesquelles? (Vous limiter aux 2 revues les plus lues)

1)_____ (18-19)
2)_____ (20-21)

68. Au total combien de revues étrangères d'information générale lisez-vous ou feuilletez-vous régulièrement ou assez régulièrement (22)

Aucune	0	P.Q.
Une	1	72
Deux	2	
Trois	3	
Quatre ou plus	4	

69. A combien de revues d'information générale publiées à l'extérieur du Québec êtes-vous abonné? (vous personnellement ou quelqu'un de votre foyer) (23)

Aucune	0
Une	1
Deux	2
Trois	3
Quatre ou plus	4
P.R.	9

70. De toutes les revues étrangères d'information générale que vous lisez, laquelle vous intéresse le plus?(UN SEUL CHOIX) (24-25)

_____
Revue offrant le plus d'intérêt

71. Quels sujets vous intéressent plus particulièrement dans les revues étrangères d'information que vous lisez?

TROIS (3) SUJETS LES PLUS INTÉRESSANTS

1)_____ (26-27)
2)_____ (28-29)
3)_____ (30-31)

SECTION 6

L A R A D I O

72. Combien d'appareils de radio en état de fonctionner appartiennent à l'un ou l'autre des membres de votre foyer? (32)

INTERVIEWER: (EXCLURE L'APPAREIL DANS L'AUTOMOBILE)

Aucun	0
Un	1
Deux	2
Trois	3
Quatre et plus	4
N.S.P.	5

73. Combien d'appareils en état de fonctionner avez-vous dans l'auto? (les autos) (33)

Aucun	0
Un	1
Deux	2
Trois	3
Quatre et plus	4
N.S.P.	5

74. Vous est-il possible de capter les ondes suivantes avec vos appareils de radio?

	OUI	NON	N.S.P.	
AM seulement	1	2	3	(34)
AM et FM	1	2	3	(35)
Ondes courtes (pays étrangers)	1	2	3	(36)

75. Vous arrive-t-il d'écouter la radio AM? (37)

OUI	1	
NON JAMAIS	2	P.Q. 79

76. a) Quelles sont les stations AM qu'il vous est arrivé d'écouter durant la dernière semaine ou la semaine précédente que ce soit durant 5 minutes ou plus.

b) Avez-vous écouté cette station tous les jours, 4-5 jours dans la semaine, 2-3 jours dans la semaine, 1 jour dans la semaine ou pas du tout

INTERVIEWER: VOUS ASSURER QU'IL S'AGIT DES STATION AM VOUS LIMITER AUX 4 STATIONS LES PLUS ECOUTEES	TOUS LES JOURS	4-5 JOURS	2-3 JOURS	1 JOUR	AUCUN	
1) _____	1	2	3	4	5	(38-39-40)
2) _____	1	2	3	4	5	(41-42-43)
3) _____	1	2	3	4	5	(44-45-46)
4) _____	1	2	3	4	5	(47-48-49)

CARTE 11

77. En moyenne combien de temps par jour consacrez-vous à l'écoute de la radio AM (50)

INTERVIEWER: IL S'AGIT DE L'ECOUTE PAR JOUR	
moins d'une heure	1
1-2 heures	2
2-3 heures	3
3-4 heures	4
4-5 heures	5
5 heures et plus	6
N.S.P.	7

78. Quelle station de radio AM écoutez-vous le plus souvent? (51-52)

_____

79. Vous arrive-t-il d'écouter la radio FM? (53)

INTERVIEWER: VERIFIER SI LE REPONDANT CONNAIT UNE STATION DE RADIO FM		
OUI	1	
NON JAMAIS	2	P.Q.
N'EN CONNAIT PAS	3	83

80. a) Quelles sont les stations FM qu'il vous est arrivé d'écouter la dernière semaine ou la semaine précédente que ce soit durant 5 minutes ou plus.

b) Avez-vous écouté cette station tous les jours, 4-5 jours dans la semaine, 2-3 jours dans la semaine, 1 jour dans la semaine ou pas du tout

INTERVIEWER: VOUS LIMITER AUX TROIS (3) STATIONS LES PLUS ECOUTEES.	TOUS LES JOURS	4-5 JOURS	2-3 JOURS	1 JOUR	AUCUN	
1) _____	1	2	3	4	5	(54-55-56)
2) _____	1	2	3	4	5	(57-58-59)
3) _____	1	2	3	4	5	(60-61-62)

81. En moyenne combien de temps par jour consacrez-vous à l'écoute de la radio FM (63)

INTERVIEWER: IL S'AGIT DE L'ECOUTE PAR JOUR	
Moins d'une heure	1
1-2 heures	2
2-3 heures	3
3-4 heures	4
4-5 heures	5
5 heures et plus	6
N.S.P.	7

82. Quelle station de radio FM écoutez-vous le plus souvent? (64-65)

_____

83. Diriez-vous que vous êtes un(e) auditeur(trice) assidu(e), plus ou moins assidu(e) ou pas assidu(e) à la radio AM ou FM

	ASSIDU	PLUS OU MOINS ASSIDU	PAS ASSIDU	
des bulletins de nouvelles?	1	2	3	(66)
des reportages spéciaux sur l'actualité	1	2	3	(67)
des nouvelles sportives?	1	2	3	(68)
des émissions musicales?	1	2	3	(69)
des émissions où les gens appellent? (lignes ouvertes)	1	2	3	(70)
des entrevues et des débats sur des questions d'actualité?	1	2	3	(71)

84. De façon générale vous considérez-vous satisfait, assez satisfait, peu satisfait ou pas satisfait des émissions de radio AM ou FM que vous écoutez? (72)

Satisfait	1
Assez satisfait	2
Peu satisfait	3
Pas satisfait	4
Ca dépend des stations de radio	5
N.S.P.	6

85. Pourquoi dites-vous que vous êtes_____ (73-74)
(rép. Q. 84)

86. Quelle importance les postes de radio AM ou FM que vous écoutez, accordent-ils aux nouvelles qui se rapportent à _____
localité ou région du répondant
Est-ce beaucoup, assez, peu ou pas d'importance? (75)

INTERVIEWER:
MENTIONNER LA LOCALITE DU REPONDANT

Beaucoup d'importance	1
Assez d'importance	2
Peu d'importance	3
Pas d'importance	4
Ca dépend des stations de radio	5
N.S.P.	6

87. Etes-vous satisfait, assez satisfait, peu satisfait ou pas satisfait de la façon dont les postes de radio AM ou FM parlent de votre région ou de votre ville? (76)

Satisfait	1
Assez satisfait	2
Peu satisfait	3
Pas satisfait	4
Ca dépend des postes de radio	5
N.S.P.	6

88. Les stations de radio AM ou FM devraient-elles parler plus, autant ou moins de votre région ou de votre ville qu'elles le font actuellement? (77)

PLUS	1
AUTANT	2
MOINS	3
N.S.P.	4

CARTE 12

89. Diriez-vous que vous écoutez la radio beaucoup, un peu ou pas du tout pour les raisons suivantes:

	BEAUCOUP	UN PEU	PAS DU TOUT	N.S.P.	
1) Pour vous évader des soucis quotidiens	1	2	3	4	(78)
2) Pour vous renseigner	1	2	3	4	(79)
3) Pour pouvoir discuter avec d'autres personnes	1	2	3	4	(80) CARTE 5 (11)
4) Pour passer le temps	1	2	3	4	(12)
5) Pour faire une musique de fond	1	2	3	4	(13)
6) Pour sentir que vous participez à la vie des autres même si vous n'êtes pas présent	1	2	3	4	(14)
7) Pour vous tenir au courant de ce qui se passe	1	2	3	4	(15)
8) Pour satisfaire votre curiosité	1	2	3	4	(16)
9) Pour pouvoir comprendre les événements importants	1	2	3	4	(17)

SECTION 7

90. Combien d'appareils de télévision en état de fonctionner avez-vous à la maison? (18)

Aucun	0	P.Q.105
Un	1	
Deux	2	
Trois ou plus	3	

91. Possédez-vous un appareil de télévision couleur (19)

OUI	1
NON	2

92. Est-ce que le câble est disponible dans votre secteur? (20)

OUI	1	
NON	2	P.Q. 94
N.S.P.	3	

93. SI OUI: Etes-vous abonné au câble? (21)

OUI	1
NON	2

SI OUI, vous considérez-vous satisfait, assez satisfait ou insatisfait du service que vous recevez? (22)

Satisfait	1
Assez satisfait	2
Insatisfait	3

CARTE 13

94. Voici la liste de la plupart des stations de télévision installées au Québec. Quelles sont les stations qu'il vous arrive de regarder au cours d'une semaine que ce soit pour 5 minutes ou plusieurs heures?

VILLE	STATION	Regardez-vous ces stations: TOUS LES JOURS	4-5 JOUR PAR SEM.	2-3 JOURS PAR SEM.	1 FOIS PAR SEM.	JAMAIS	N.S.P.	
Carleton	CHAU	1	2	3	4	5	6	(23)
Chicoutimi	CJPM	1	2	3	4	5	6	(24)
Jonquière	CKRS	1	2	3	4	5	6	(25)
Matane	CKBL	1	2	3	4	5	6	(26)
Montréal	CBFT	1	2	3	4	5	6	(27)
Montréal	CBMT	1	2	3	4	5	6	(28)
Montréal	CFCF	1	2	3	4	5	6	(29)
Montréal	CFTM	1	2	3	4	5	6	(30)
Ottawa-Hull	CBOFT	1	2	3	4	5	6	(31)
Ottawa	CBOT	1	2	3	4	5	6	(32)
Ottawa	CJOH	1	2	3	4	5	6	(33)
Québec	CBVT	1	2	3	4	5	6	(34)
Québec	CFCM	1	2	3	4	5	6	(35)
Québec	CKMI	1	2	3	4	5	6	(36)
Rimouski	CJBR	1	2	3	4	5	6	(37)
Rivière-du Loup	CKRT	1	2	3	4	5	6	(38)
Rouyn-Noranda	CKRN	1	2	3	4	5	6	(39)
Sherbrooke	CHLT	1	2	3	4	5	6	(40)
Trois-Rivières	CKTM	1	2	3	4	5	6	(41)

Je n'écoute jamais la télévision ☐ PQ. 105 (42)

95. Est-ce qu'il vous arrive de regarder d'autres stations de télévision que celles qui apparaissait sur la carte? (43)

OUI 1
NON 2 P.Q. 97

96. SI OUI Pourriez-vous préciser

a) De quelle station il s'agit et qu'elle est la ville d'où l'on diffuse

b) Regardez-vous ces stations

STATION	VILLE	TOUS LES JOURS	4-5 JRS PAR SEMAINE	2-3 JRS PAR SEMAINE	1 FOIS PAR SEMAINE	JAMAIS	N.S.P.	
_____	_____	1	2	3	4	5	6	(44-45)
_____	_____	1	2	3	4	5	6	(46-47)
_____	_____	1	2	3	4	5	6	(48-49)
_____	_____	1	2	3	4	5	6	(50-51)

CARTE 14

97. En moyenne, combien de temps par jour consacrez-vous à regarder attentivement la télévision en saison régulière (52)

Moins d'une heure	1
Entre 1 hre et 2 hres	2
Entre 2 hres et 3 hres	3
Entre 3 hres et 4 hres	4
Entre 4 hres et 5 hres	5
Entre 5 hres et 6 hres	6
Plus de 6 heures par jour	7
N.S.P.	8

98. Diriez-vous que vous êtes un(e) téléspectateur(trice) assidu(e), plus ou moins assidu(e) ou pas assidu(e)

	ASSIDU	PLUS OU MOINS ASSIDU	PAS ASSIDU	
Des bulletins de nouvelles	1	2	3	(53)
Des nouvelles sportives	1	2	3	(54)
Des spectacles de variétés	1	2	3	(55)
Des entrevues et des débats sur des questions d'actualité	1	2	3	(56)
Des jeux questionnaires	1	2	3	(57)
Des téléromans	1	2	3	(58)

99. De façon générale vous considérez-vous satisfait, assez satisfait, peu satisfait ou pas satisfait des émissions de télévision que vous regardez? (59)

Satisfait	1
Assez satisfait	2
Peu satisfait	3
Pas satisfait	4
Ca dépend des stations de télévision	5
N.S.P.	6

100. Pourriez-vous préciser pourquoi vous dites que vous êtes _____ (60-61)
Réponse Q. 99

_____

_____

101. Quelle importance les stations de télévision que vous regardez, accordent-elles aux nouvelles qui intéressent votre région ou votre ville? Est-ce beaucoup, assez, peu ou pas d'importance? (62)

Beaucoup d'importance	1
Assez d'importance	2
Peu d'importance	3
Pas d'importance	4
Ca dépend des stations de télévision	5
N.S.P.	6

102. Etes-vous satisfait, assez satisfait, peu satisfait ou pas satisfait de la façon dont les postes de télévision parlent de votre région ou de votre ville? (63)

Satisfait	1
Assez satisfait	2
Peu satisfait	3
Pas satisfait	4
Ca dépend des postes de télévision	5
N.S.P.	6

103. Les stations de télévision devraient-elles parler plus, autant ou moins de votre région ou de votre ville, qu'elles le font actuellement? (64)

PLUS	1
AUTANT	2
MOINS	3
N.S.P.	4

CARTE 15

104. Diriez-vous que vous regardez la télévision beaucoup, un peu ou pas du tout pour les raisons suivantes:

	BEAUCOUP	UN PEU	PAS DU TOUT	N.S.P.	
1) Pour vous évader des soucis quotidiens	1	2	3	4	(65)
2) Pour vous tenir au courant de ce qui se passe	1	2	3	4	(66)
3) Pour sentir que vous participez à la vie des autres même si vous n'êtes pas présent	1	2	3	4	(67)
4) Pour pouvoir discuter avec d'autres personnes	1	2	3	4	(68)
5) Pour satisfaire votre curiosité	1	2	3	4	(69)
6) Pour vous renseigner	1	2	3	4	(70)
7) Pour pouvoir comprendre les événements importants	1	2	3	4	(71)
8) Pour passer le temps	1	2	3	4	(72)

SECTION 8

J'aimerais dans les quelques questions qui suivent vous demander votre avis sur ce qui vous intéresse dans (le contenu) des moyens de communication dont on vient de parler

CARTE 16

105. Voici une liste de sujets dont on parle ou sur lesquels on écrit dans les moyens de communication. Dites-moi d'abord a) si ça vous intéresse et b) dans quel médium ça vous intéresse le plus de les suivre.

	a) CA M'INTERESSE				b) JE PREFERE SUIVRE LE SUJET							
INTERVIEWER: UN SEUL CHOIX	BEAU COUP	AS SEZ	PEU	PAS DU TOUT	RA DIO	TV	JOUR NAUX QUOTI DIENS	JOUR NAUX HEBDO MADAI RES	JOUR NAUX LO CAUX	RE VUES QUE BECOI SES	RE VUES E TRAN GERES	
1. Sport	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	(73-74)
2. Questions féminines	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	(75-76)
3. Questions financières	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	(77-78)
4. Arts et spectacles	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	(79-80)
5. Science	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	CARTE 6 (11) (12-13)
6. Loisirs et récréation	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	(14-15)
7. Vacances et voyages	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	(16-17)
8. Nouvelles locales	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	(18-19)
9. Nouvelles provinciales	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	(20-21)
10. Nouvelles canadiennes	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	(22-23)
11. Nouvelles internationales	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	(24-25)
12. Editoriaux	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	(26-27)
13. Justice (procès)	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	(28-29)
14. Education	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	(30-31)
15. Syndicalisme	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	(32-33)
16. Médecine et santé	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	(34-35)
17. Faits divers (mariages, décès)	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	(36-37)
18. Mode	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	(38-39)
19. Questions religieuses	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	(40-41)
20. Astrologie, horoscope	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	(42-43)
21. Annonces commerciales	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	(44-45)
22. Annonces classées	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	(46-47)
23. Bandes dessinées	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	(48-49)
24. Mots croisés	1	2	3	4	1	2	3	4	5	6	7	(50-51)

106. De tous les sujets qui apparaissent sur la carte, lequel vous intéresse le plus, lequel vient en 2ème place?

Première place _____ (52-53)

Seconde place _____ (54-55)

SECTION 9

Je voudrais maintenant connaître vos opinions sur la liberté que possèdent les journaux, revues, radio et télévisions (disons les moyens d'information) de dire ce qu'ils ont à dire.

107. Croyez-vous que les moyens d'information au Québec ont trop, juste assez ou pas assez de liberté de dire ce qu'ils ont à dire? (56)

Trop	1 P.Q. 107a
Juste assez	2
Pas assez	3 P.Q. 107b
N.S.P.	4

107a) SI TROP: En quoi les moyens d'information ont-ils trop de liberté? (57-58)

_____

_____

107b) SI PAS ASSEZ: En quoi les moyens d'information n'ont-ils pas assez de liberté? (59-60)

_____

_____

Qui restreint la liberté des moyens d'information? (61-62)

_____

_____

108. Y a-t-il des sujets sur lesquels les moyens d'information n'auraient pas toute leur liberté de dire ce qu'ils ont à dire? (63)

INTERVIEWER: SE LIMITER AUX TROIS (3) SUJETS LES PLUS IMPORTANTS.

OUI 1
NON 2
N.S.P. 3

SI OUI: Lesquels? 1)_____ (64-65)

2)_____ (66-67)

3)_____ (68-69)

109. D'après vous, les moyens d'information au Québec ont-ils toute liberté de dire ce qu'ils veulent sur les sujets, les questions, les personnes ou groupes suivants:

	ONT LEUR LIBERTE ---			
	OUI	NON	NSP	
Sujets politiques	1	2	3	(70)
Les hommes politiques	1	2	3	(71)
Le syndicalisme	1	2	3	(72)
Les chefs syndicaux	1	2	3	(73)
Les hommes d'affaires	1	2	3	(74)
Les ouvriers	1	2	3	(75)
Les professionnels	1	2	3	(76)
Le système judiciaire	1	2	3	(77)
Les produits pharmaceutiques	1	2	3	(78)

SECTION 10

PROPRIETE
ET
CONTROLE

CARTE 7 (11)

Q.110 Il existe présentement des propriétaires qui possèdent soit deux journaux quotidiens ou plus soit deux stations de radio ou de télévision. On dit alors que ces moyens d'information sont concentrés dans les mêmes mains.

Avez-vous déjà entendu parler de ce phénomène de concentration? (12)

OUI	1
NON	2
N.S.P.	3

SI OUI: Le fait qu'une ou plusieurs personnes soient propriétaires de plusieurs moyens d'information (2 journaux ou plus, radio et télévisions) peut-il nuire ou aider à la qualité des informations ou est-ce indifférent? (13)

Peut nuire	1
Peu aider	2
Peu nuire et aider	3
C'est indifférent	4
N.S.P.	5

Q.111 Pourquoi dites-vous que ça peut _____?

_____ (14-15)

_____

_____

SECTION 11

Je vais maintenant vous poser quelques questions sur l'actualité. Si vous ignorez la réponse, choisissez quand même une réponse, celle qui vous semble la meilleure. Vous pouvez suivre avec moi les questions sur cette feuille.

INTERVIEWER: NE PAS INSCRIRE DE N.S.P, INVITER PLUTOT LE REPONDANT A CHOISIR AU HASARD SI NECESSAIRE, SI REFUS L'INDIQUER.

CARTE 17

Q.112 Lors des 4 premières rencontres Canada/Russie au Hockey, l'équipe canadienne a remporté (16)

1 partie sur 4	1
2 parties sur 4	2
3 parties sur 4	3
4 parties sur 4	4

Q.113 Lequel des organismes suivants appartient au gouvernement du Québec? (17)

La Corporation des Enseignants du Québec	1
La Fédération des Travailleurs du Québec	2
L'Hydro-Québec	3
La Chambre de Commerce du Québec	4

Q.114 A l'Assemblée Nationale de la province de Québec, combien y a-t-il de sièges de députés? (18)

83	1
22	2
57	3
108	4

Q.115 La Commission Laurendeau-Dunton a été mise sur pied pour: (19)

Enquêter sur l'administration de la justice	1
Etudier les possibilités du bilinguisme et du biculturalisme	2
Restructurer les forces armées	3
Définir la politique sociale du gouvernement	4

Q.116 Le Bill 63: (20)

A interdit les manifestations publiques	1
A permis la consommation d'alcool à partir de 18 ans	2
A fourni une aide aux agriculteurs	3
A donné aux parents le choix de la langue d'enseignement	4

Q.118 Le Rapport Davey a porté sur: (22)

Les syndicats	1
La santé	2
La justice	3
L'information	4

Q.119 Lors des derniers jeux olympiques, quel pays a remporté le plus de médailles? (23)

Russie	1
Etats-Unis	2
Allemagne de l'Est	3
Chine	4

Q.120 Quand on parle du C.R.T.C on veut signifier: (24)

Contrôle de rentes et taxes du Canada	1
Conseil de la radio et de la télévision canadienne	2
Comité rural du terroir canadien	3
Canadian road and truck council	4

Q.121 Le rapport Castonguay a porté sur: (25)

L'éducation	1
L'information	2
La santé et le bien-être	3
Les finances	4

Q.122 C.S.N est le sigle: (26)

D'un parti politique	1
D'un mouvement syndical	2
D'un mouvement de charité	3
D'une agence internationale	4

Q.123 La Commission Gendron a été mise sur pied pour: (27)

Définir la politique financière du gouvernement	1
Etudier notre système de télécommunications	2
Enquêter sur la situation de la justice au Québec	3
Enquêter sur la situation de la langue au Québec	4

Q.124 Laquelle des personnes suivantes n'est pas un chef du front commun inter-syndical de la fonction publique? (28)

Charbonneau	1
Pépin	2
Chartrand	3
Laberge	4

Q.125 Vous arrive-t-il souvent, quelquefois, rarement ou jamais de discuter de certaines questions d'actualité avec des parents ou des amis? (29)

Souvent	1
Quelquefois	2
Rarement	3
Jamais	4

Q.126 Avez-vous déjà participé activement à des colloques ou discussions publiques qui portaient sur des questions d'actualité? (30)

OUI	1
NON	2
N.S.P.	3

Q.127 Est-ce qu'il vous est déjà arrivé d'écrire une lettre aux journaux pour exprimer votre opinion sur une question d'actualité? (31)

OUI	1
NON	2
N.S.P.	3

Q.128 Avez-vous déjà appelé à la radio pour exprimer votre point de vue sur une question d'actualité? (32)

OUI	1
NON	2
N.S.P.	3

SECTION 12

Q.129 Nous allons maintenant lire ensemble quelques énoncés. INTERVIEWER: PRESENTEZ CARTE. Dites-moi si vous êtes plutôt en accord ou plutôt en désaccord avec les opinions suivantes:

CARTE 18	PLUTOT EN ACCORD	PLUTOT EN DESACCORD	LES DEUX	REFUS	
1. Il faut d'abord vivre pour soi avant de vivre pour les autres.	1	2	3	4	(33)
2. Une personne devrait ajuster ses idées à celles de son entourage.	1	2	3	4	(34)
3. Même de nos jours la plupart des couples devraient élever au moins cinq (5) enfants.	1	2	3	4	(35)
4. Les jeunes du secondaire devraient connaître les moyens contraceptifs à l'école.	1	2	3	4	(36)
5. Seuls les gens faibles ont besoin de travailler en équipe	1	2	3	4	(37)
6. Une personne se doit d'avoir une religion.	1	2	3	4	(38)
7. Les filles qui vont rester à la maison une fois mariées, ne devraient pas étudier autant.	1	2	3	4	(39)
8. L'éducation est encore le meilleur moyen d'atteindre son idéal.	1	2	3	4	(40)
9. Dans la famille c'est le mari qui en dernier lieu doit prendre les décisions importantes.	1	2	3	4	(41)
10. Si les femmes font le même travail que les hommes, leur salaire devrait être égal.	1	2	3	4	(42)
11. De nos jours le manque d'autorité des dirigeants est la principale cause du désordre.	1	2	3	4	(43)
12. Toutes les religions contiennent du vrai.	1	2	3	4	(44)
13. Les expériences de création de bébés en laboratoire (éprouvette) peuvent être utiles.	1	2	3	4	(45)
14. Il faut accepter qu'il y ait quelques guerres pour faire avancer la science et les recherches.	1	2	3	4	(46)
15. Les gouvernements devraient donner plus d'information sur les lois qu'ils votent.	1	2	3	4	(47)

SECTION 13

Pour terminer voici quelques questions d'ordre statistique.

CARTE 19

Q.130 J'aimerais savoir maintenant si vous êtes membre d'associations ou de groupements que l'on retrouve dans notre milieu.

ETES-VOUS MEMBRE:	OUI	NON	NSP	
a) D'associations religieuses, par exemple la Ligue du Sacré-Coeur, les Hommes Chrétiens ou autres du genre?	1	2	3	(48)
b) D'associations politiques, telles que l'UQ, le Parti Libéral, le Parti Québécois ou autres du genre?	1	2	3	(49)
c) D'un syndicat affilié ou non-affilié?	1	2	3	(50)
d) D'associations professionnelles, telles que l'association des enseignants, le collège des médecins ou autres du genre?	1	2	3	(51)
e) D'associations étudiantes ou de jeunesse comme les scouts, la JOC, la JEC ou autres du genre?	1	2	3	(52)
f) D'associations agricoles, telles que l'UCC, les 4H ou autres du genre?	1	2	3	(53)
g) De clubs sportifs, tels que le club nautique, un club de hockey, une organisation paroissiale de loisir, un club automobile ou tout autre du genre?	1	2	3	(54)
h) De clubs sociaux, tels que les Kiwanis, les Chevaliers de Colomb, la Chambre de Commerce ou autres du genre?	1	2	3	(55)
i) D'associations de parents, telles que l'association des parents d'élèves, l'Union des familles, l'association des parents catholiques ou autres du genre?	1	2	3	(56)
j) D'associations sociales, telles que les associations de quartier, les comités de citoyens, les associations d'aide bénévole ou autres du genre?	1	2	3	(57)
k) D'associations culturelles, comme un ciné-club, une troupe de théâtre, une troupe de folklore ou autres du genre?	1	2	3	(58)

Q.131 Au total, de combien d'associations de toutes sortes êtes-vous membre présentement? (59)

1	2	3	4	5	6	7	8 et plus	NSP 9

Si aucun, passez à la question 133.

Q.132 Dans combien d'associations détenez-vous un poste tel que président, vice-président, secrétaire-trésorier, directeur, etc...? (60)

0	1	2	3	4	5	6	7	8 et plus	NSP 9

CARTE 20

Q.133 Dans quelle catégorie d'âge vous situez-vous? (61)

a)	18 - 20 ans	1
b)	20 - 24 ans	2
c)	25 - 29 ans	3
d)	30 - 34 ans	4
e)	35 - 44 ans	5
f)	45 - 55 ans	6
g)	55 - 64 ans	7
h)	65 ans et plus	8

Q.134 Combien d'années d'études avez-vous complétées? (62)

0 - 4 ans	1
5 - 7 ans	2
8 - 9 ans	3
10 - 12 ans	4
13 - 15 ans	5
16 ans et plus	6

CARTE 21

Q.135 Dans laquelle des catégories suivantes situez-vous le revenu total de votre famille? (63)

a)	Moins de 2,000	1
b)	2,000 - 3,999	2
c)	4,000 - 5,999	3
d)	6,000 - 7,999	4
e)	8,000 - 9,999	5
f)	10,000 - 11,999	6
g)	12,000 - 14,999	7
h)	15,000 et plus	8
	N.S.P	9
	Refus	0

Q.136 Quel est le principal emploi du chef de famille (ou quel a été son dernier emploi?) (64-65)

_____

Q.137 Quelle est son activité principale? (66)

Au travail	1
En chômage	2
Aux études à temps plein	3
Incapable en permanence de travailler	4
A la retraite	5
Autre _____	6

Q.138 Sexe du répondant: (67)

Homme	1
Femme	2

Q.139 Etes-vous: (68)

Marié(e)	1
Veuf(ve)	2
Célibataire	3
Autre	4

Q.140 Combien de personnes (en vous incluant) demeurent dans votre logement? (69)

1 2 3 4 5 6 7 8 et plus

Q.141 Quelle est la langue la plus souvent parlée au foyer? (70)

Français	1	
Anglais	2	
Autres	3	P.Q. 142
Français et anglais également	4	
Français et autres également	5	
Anglais et autres également	6	

Q.142 Lequel du français ou de l'anglais parlez-vous le plus souvent au foyer? (71)

Français	1
Anglais	2
Les deux également	3
Aucun	4

Q.143 Avez-vous déjà été interviewé(e)?

	OUI	NON	N.S.P.	
a) au téléphone	1	2	3	(72)
b) à votre foyer même	1	2	3	(73)
c) sur la rue ou ailleurs	1	2	3	(74)

Q.144 Combien d'appareils de téléphone avez-vous dans votre foyer? (75)

Aucun	0
Un	1
Deux	2
Trois et plus	3
Refus	4

Q.145 Combien de lignes téléphoniques avez-vous? (76)

Un	1
Deux	2
Trois et plus	3
REFUS	4

Q.146 Etes-vous inscrit dans le bottin téléphonique? (77)

Oui	1
Non	2
Refus	3